



INFORME DE CONSULTORIA

Líneas de Actuación para el sector artesanal en el
municipio de San Jerónimo de Tunan, Provincia de
Huancayo, Región Junín - Perú

Por **Oscar Cristóbal Quispe**

MÁSTER EN GESTIÓN PÚBLICA



**Líneas de Actuación para el sector artesanal en el
municipio de San Jerónimo de Tunan, Provincia de
Huancayo, Región Junín - Perú**

Oscar Cristóbal Quispe

**Trabajo de Fin de Master dirigida por la
Dra. Cristina Prunyonosa**

**Bellaterra – Barcelona
2015**

En las aulas universitarias nos inculcan conocimiento, sabiduría y valores; por tales dones este Trabajo de Fin de master la dedico a Dios por cuidarme en todo momento; a mis catedráticos por pulirme intelectualmente; con mucho amor y cariño a mis padres – Luisa Victoria Quispe Huamán y Jorge Cristóbal Vila, por su apoyo para lograr concluir el Master y a mis hermanos Jorge Luis, José Manuel, Alfredo y Vanessa, por su apoyo moral; y a todas las personas que buscan el progreso en el futuro tomando como mejor arma la educación.

Oscar Cristóbal Quispe

AGRADECIMIENTOS

El presente Trabajo de Fin de Master es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente, participaron varias personas leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia, dándome ánimos, acompañándome en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad. Quiero expresar mi agradecimiento:

A mi Directora de Trabajo de Fin de Master, **Dra. Cristina Prunyonosa**, por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia intelectual en un marco de confianza, afecto y amistad, fundamentales para la concreción del presente TFM.

Mi especial agradecimiento A la **Universidad Autónoma de Barcelona**, por su responsabilidad y alto nivel académico desarrollado en el periodo de estudio. De la misma manera mi gratitud para el **Master en Gestión Pública** y los catedráticos por mostrarme el camino a la sabiduría.

A **mis padres y hermanos** por brindarme un hogar cálido y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos.

A la **Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan, provincia de Huancayo, Región Junín – Perú**, por haberme brindado su valioso tiempo en la aplicación de las encuestas para recolección de datos empíricos expuestos y analizados en el presente Trabajo de Fin de Master.

A, la **Lic. Maritza Paola Espinal Loyola**, por su incondicional colaboración de gestionar entrevistas encuestas y recabar información en la República de Perú; este Trabajo de Fin de Master también es tuyo.

A, la **Direcció General d'Afers Religiosos del Departament de Governació i Relacions Institucionals de la Generalitat de Catalunya**; por acogerme y brindarme la comprensión cuando requería culminar el trabajo de Fin de Master; eternamente agradecido.

RESUMEN

El presente Trabajo de Fin de Master es un informe de consultoría sobre el fomento de la artesanía realizado para la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de San Jerónimo de Tunan, provincia de Huancayo, Región Junín – Perú, a través de un diagnóstico de la situación actual elaborado por medio de la utilización del método cuantitativo y las técnicas de la encuesta y la observación para el proceso acopio de información de las unidades artesanales. Los resultados y conclusiones son los siguientes:

Las unidades artesanales que conforman la asociación se desenvuelven más con una mentalidad de subsistencia que de emprendimiento y que solo una tercera parte de estas buscan incursionar en el mercado empresarial. Su desarrollo es lento, se desenvuelven más con una lógica de sobrevivencia que con lógica empresarial, a partir de la utilización de habilidades aprendidas de sus antepasados (abuelos padres u otros familiares). Sus conductores tienen por lo general poca solvencia económica, tienen como motivaciones para continuar en la actividad el tener un empleo propio e ingresos económicos. Sus mercados son más de carácter local, regional, nacional y en menor escala internacional, no utilizan sistemas modernos de mercadeo y marketing para promoción de sus ventas. Si estas unidades no practican la asociatividad con lógicas innovadoras y empresariales el desarrollo de la mayoría de estas será limitado y seguirán siendo más unidades económicas donde prima una mentalidad de subsistencia que de emprendimiento.

Si bien han existido algunas iniciativas por parte de instituciones del Gobierno para promover de manera general el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, éstas no han tenido mayor impacto en el sector artesanal de joyería de plata de San Jerónimo de Tunán - Perú.

La producción de joyería de plata constituye una actividad arraigada en la cultura del Perú, congregando en San Jerónimo de Tunán a un número importante de productores conformando la Asociación de artesanos. A pesar del potencial y ventajas comparativas con que cuenta dicho sector, entre los cuales pueden mencionarse un importante número de artesanos con experiencia, a la fecha no ha logrado un desarrollo importante. Ello se debe principalmente a que los pequeños productores de joyas de plata afrontan serias limitaciones tanto económicas, tecnológicas, productivas, de gestión, aprovisionamiento y comercialización, que los hacen poco competitivos, no teniendo la capacidad de superar por sí solos estas restricciones en las condiciones que operan actualmente. Dicho sector artesanal de San Jerónimo de Tunán se encuentra conformado principalmente por unidades artesanales, que trabajan de manera independiente y desarticulada, ello, aunado a la escasa inversión en tecnología y desarrollo de procesos, ha llevado a la obtención de un producto de baja calidad y poco elaborado, a pesar de la experiencia y habilidad de los artesanos que constituye una posibilidad de dar un valor agregado al producto, respecto a la competencia mundial, así como plantear una propuesta de red empresarial para la asociación de artesanos.

En ese contexto, es necesario formular una alternativa viable que permita el desarrollo de los Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de San Jerónimo de Tunán – Perú, que considere sus características particulares y posibilidades reales. El presente Trabajo de Fin de Master desarrolla un Diagnóstico de la situación a partir de ello y a la luz del análisis bibliográfico efectuado, proponer como alternativa de desarrollo la formulación de las líneas de actuación que les permita obtener un desarrollo.

El autor

INTRODUCCIÓN

La Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan, el cual se encuentra en el distrito de San Jerónimo de Tunan, provincia de Huancayo, Región Junín en la República del Perú es el lugar donde se desarrollada el presente informe de consultoría; Dicha asociación de artesanos, consciente de la importancia del sector artesanal, ha llevado a cabo a lo largo de los últimos años distintas acciones con el objetivo de incrementar la calidad de la producción, su adecuación al mercado, mejorar las condiciones de rentabilidad, gestión y competitividad de las explotaciones artesanales, desarrollar la incorporación de las nuevas tecnologías al sector artesanal.

De esta manera surgió la idea de realizar las líneas de actuación para lograr El fomento de la artesanía de la Asociación de artesanos mejorando su competitividad y favoreciendo su estabilidad. A través de líneas de actuación, como herramienta de gestión, que permita un posicionamiento en el mercado. Es en este contexto se presenta el Informe de consultoría, que se elabora como marco de actuación de las diferentes unidades artesanales (micro y pequeña empresa) con competencias en producción artesanal. El informe de consultoría ha sido consensuado con la asociación de artesanos y con cada uno de sus integrantes.

La estructura del presente estudio se compone de cinco capítulos:

En el primer capítulo, se presentan el contexto ubicacional y a la asociación de artesanos materia de informe.

En el segundo capítulo, se presentan la problemática a analizar, el planteamiento y la formulación del problema, se formulan los objetivos, la justificación y las hipótesis del informe.

En el tercer capítulo, se realiza una descripción del diseño metodológico.

En el cuarto capítulo, se desarrolla el diagnóstico de la situacional de la asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san jerónimo de tunan tomando conceptos relacionados con el problema, los principales enfoques teóricos.

En el quinto capítulo, se efectúa las líneas de actuación para para la Asociación De Artesanos de San Jerónimo De Tunan así como la Propuesta de red empresarial para la asociación de artesanos.

Por último, se presentan las principales conclusiones del estudio.

CONTENIDO DEL INFORME DE CONSULTORÍA

Resumen
Introducción

CAPÍTULO I CONTEXTO UBICACIONAL Y LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MATERIA DE INFORME

- 1.1. San Jerónimo de Tunán
- 1.2. Asociación de artesanos

CAPITULO II PRESENTACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA A ANALIZAR Y JUSTIFICACIÓN DE SU INTERÉS

- 2.1. Planteamiento del problema
- 2.2. Justificación
- 2.3. Objetivos
- 2.4. Preguntas a responder

CAPITULO III DISEÑO METODOLÓGICO

- 3.1. Tipo y Nivel
- 3.2. Población
- 3.3. Variables
- 3.4. Unidades de análisis y observación
- 3.5. Métodos y técnicas

CAPITULO IV DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN

- 4.1. Valores culturales y tipo de mentalidades económicas de los artesanos
- 4.2. Tipo de producción, organización y tamaño de la Unidad económica artesanal
- 4.3. Pertenencia a la asociación de artesanos, beneficios de ser asociado y capacitación recibida.
- 4.4. Trayectoria de la unidad económica artesanal, motivos para continuar en la actividad, tenencia del establecimiento, situación actual del negocio y otras actividades fuera de la artesanal
- 4.5. Mercado en que se vende los productos artesanales de platería: formas de comercialización y estrategias de venta

CAPITULO V LÍNEAS DE ACTUACIÓN PARA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN

- 5.1. Área - Estructura Sectorial
 - 5.1.1. Línea de actuación: Organización del Sector.
 - 5.1.2. Línea de actuación: Regulación y cohesión sectorial.
- 5.2. Área - Comercialización y Marketing
 - 5.2.1. Línea de actuación: Promoción del sector.
 - 5.2.2. Línea de actuación: Diversificación y apertura comercial.
 - 5.2.3. Línea de actuación: Gestión de la empresa artesana
- 5.3. Área - Nuevas tecnologías
 - 5.3.1. Línea de actuación: Incorporación de las nuevas tecnologías.
- 5.4. Área - Producto
 - 5.4.1. Línea de actuación: Reestructuración y mejora de las infraestructuras productivas, instalaciones y productos.

5.5. Área - Formación

5.5.1 Línea de actuación: Mejorar la capacitación de los artesanos.

**PROPUESTA DE RED EMPRESARIAL PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS
FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN – PERÚ**

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS



LUGAR Y LA ASOCIACIÓN



CONTEXTO UBICACIONAL Y LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MATERIA DE INFORME

1.1. SAN JERÓNIMO DE TUNÁN

1.1.1. Contexto del Lugar

San Jerónimo de Tunán es uno de los 28 distritos que conforman la provincia de Huancayo. Está ubicado en la región Junín, a 16 km de la capital, en la República del Perú.

Tiene una población de 8216 habitantes. Es un lugar conocido por la existencia de varios talleres artesanales que se dedican a la orfebrería en plata y oro. Estos trabajos son reconocidos a nivel regional y nacional en el ámbito peruano.

El resto del distrito es eminentemente agrícola. Destacan los centros poblados de La Esperanza, Huando y 2 de Mayo.

San Jerónimo de Tunán está ubicado en el corazón del valle del Mantaro. Es una ciudad próspera que desarrolla actividades económicas relacionadas, en su mayoría, al agro y la artesanía.

1.1.2. Contexto Histórico - Económico

La producción y comercio de joyerías en San Jerónimo se desarrollaron a partir de la década de los 80's, con la llegada de plateros procedentes de la Región de Ayacucho y otras partes del Perú. Ahora es denominada capital artesanal del Perú, un gran orgullo para todo "chalaysanto" (denominación que se da al "Avelino" que formó parte de la guerrilla en la batalla de paraje de Huaychulo en 1882, un ser Indomable, espía invencible).

San Jerónimo de Tunán es reconocido por la habilidad que tienen sus artesanos para trabajar la plata, elaborando finas joyas, empleando diversas técnicas (entre ellas la filigrana con los que confeccionan aretes, medallas, cofres, mariposas, plumas de pavo real, cubiertos, veleros, carros antiguos y tractores en miniatura).

Con la técnica de la cera perdida confeccionan dijes, anillos, solaperas, aros, búhos y porta lapiceros. Con la técnica de vaciado en caja confeccionan pavos, gallitos, vicuñas, ceniceros, picaflores, yuntas de bueyes, entre otros. Y con la técnica del enchape hacen coronas de vírgenes y santos, sahumerios, platos recordatorios, placas, cuadros, marcos, floreros, y enchapan las andas de las imágenes religiosas que salen en procesión de las iglesias.

Las familias de San Jerónimo de Tunán han conservado el arte a través de generaciones, aprendiendo de maestros ayacuchanos¹. Con el pasar del tiempo han adquirido un estilo muy particular en el arte de la filigrana (diseños

¹ Hace referencia a los Artesanos provenientes de la Región de Ayacucho - Perú, que se establecieron en San Jerónimo de Tunán y fueron enseñando el arte en el manejo del oro y plata (orfebrería) a la población.

tejidos de hilo de plata y oro). Sus trabajos son muy admirables, también las chapas (plata laminada y cincelada).

Una de las razones que ha convertido a San Jerónimo en cuna de plateros es la gran demanda de adornos para las imágenes de los santos patronos religiosos de los pueblos que se encuentran en la zona central del Perú. Los devotos suelen agradecer los milagros concedidos con adornos de oro y plata, y los colocan en el ropaje de las imágenes para exhibirlas durante sus procesiones.

El principal lugar de expendio de estas bellas obras de arte se encuentra en la cuadra 9 de la calle Arequipa en San Jerónimo. Entre las principales familias dedicadas a este arte se tienen a los Sanabria, Cantorín, Rodríguez, Ponce y otros.

1.2. ASOCIACIÓN DE ARTESANOS

En la actualidad, la Asociación constituida se denomina: “**Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de San Jerónimo de Tunán**”, el cual se encuentra en el distrito de San Jerónimo de Tunán, provincia de Huancayo, Región Junín – Perú, pudiendo aperturar filiales en cualquier lugar de la Región Junín y de la República del Perú.

1.2.1. Los asociados

Existen dos clases de asociados

A. *Fundadores*

Son aquellos que suscribieron el Acta de fundación o constitución

B. *Adherentes:*

Son Aquellos asociados que se integran a la asociación posteriormente. Deben cumplir con requisitos tales como:

- La presentación de una solicitud dirigida al presidente del consejo directivo, cuya aceptación se realizara en una reunión extraordinaria de asociados con la votación de as de la mitad de los miembros concurrentes.
- La incorporación será previa evaluación y constatación de un taller de producción de un nuevo asociado.

1.2.2. Los fines y objetivos

La Asociación de artesanos tiene los siguientes Fines y Objetivos:

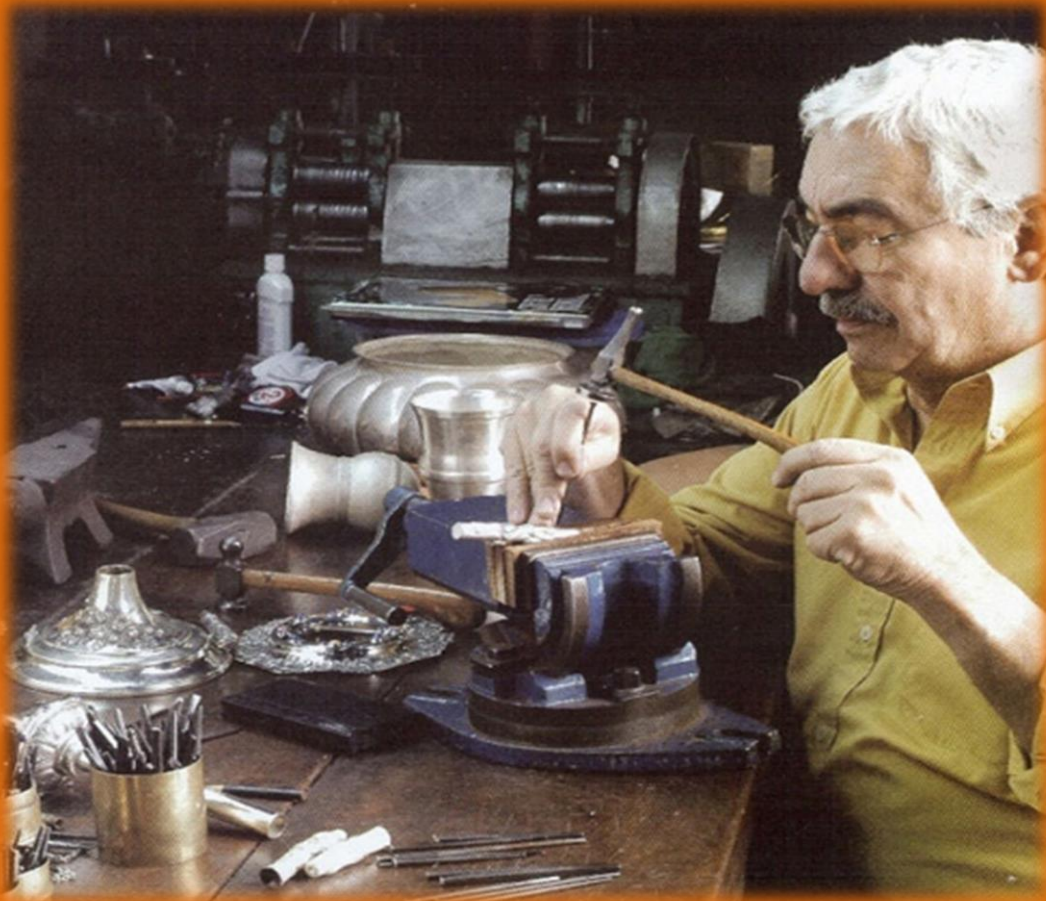
- Fomentar la unión mutua y un espíritu de fraternidad entre los asociados.
- Contribuir con el desarrollo económico de la Región Junín, buscando el progreso individual y general de los mismos; así mismo la Asociación rechaza todo tipo de modelo político que promueva la exclusión social en su sentido más amplio.
- Promueve la formación de una institución de carácter artesanal, cultural y social.
- Fomenta la solidaridad y la asistencia mutua, la práctica de valores ético y morales teniendo como base los derechos primigenios y fundamentales de la persona, que garantiza su supervivencia y

participación en su reivindicación global entre los miembros de la asociación.

- Promueve en todas sus manifestaciones la Artesanía, Local, Regional y Nacional.
- Promueve la creación de centros de innovación, tecnológica (CITES) que promuevan la artesanía de la Región Junín - Perú.
- Promueve y diseña la fabricación y comercialización de artículos de artesanía, en platería y otras líneas artesanales.
- Producción y comercialización de toda clase de Bienes o servicios vinculados a la Artesanía Local, Regional, Nacional e Internacional.
- Exportación e importación de insumos, productos artesanales y maquinarias respectivamente.
- Propiciar ruedas de negocios relacionados a la Artesanía y gestionar la búsqueda de nuevos mercados.
- Participar en ferias locales, regionales Nacionales e Internacionales.
- Capacitar en diseño y manejo técnico productivo de las actividades artesanales de la asociación.
- Gestionar fuentes de financiamiento Nacional e Internacional, Donaciones, prestamos, etc.
- Gestionar donaciones de insumo, maquinaria e infraestructura para la modernización de los talleres artesanales de la asociación ante entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales.
- Contribuir al fortalecimiento de la Gobernabilidad y consolidación del sistema democrático en el gobierno Local, Regional y Nacional, en el marco del proceso de descentralización.
- Generar soluciones de alta calidad en la operación de programas y proyectos de inversión social del Estado peruano, programas de responsabilidad social de la empresa privada y de la cooperación internacional.
- Intermediar, participar y mejorar la calidad de vida de las poblaciones vulnerables.
- Fomentar y propiciar la exportación de los productos artesanales producidos por nuestros asociados.
- Incrementar la diversificación de mercados en la cadena de valor de los productos artesanales producidos por los asociados
- Ampliar su capacidad de abastecimiento a nichos de mercados exigentes de exportación agregando valor a sus productos y posicionando su participación en los mercados Locales, Regionales y Nacionales.
- Contribuir y defender la identidad cultural local, regional y nacional además de la puesta en práctica y la difusión del folklore y buenas costumbres de la región Junín – Perú.
- Promover la creación y producción en platería y orfebrería.



PROBLEMÁTICA Y JUSTIFICACIÓN



PRESENTACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA A ANALIZAR Y JUSTIFICACIÓN

2.1. Planteamiento del problema

En Perú existen innumerables personas que su medio de supervivencia se basa en la artesanía. Este caso se ve evidenciado en las familias Peruanas ubicadas en la zona de San Jerónimo de Tunán de la ciudad de Huancayo – Perú; específicamente en la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan; que tienen como labor diaria la elaboración de artesanías basadas en Oro y Plata productos de muy alta calidad; Aunque en el Perú son pocas las entidades que apoyan esta labor, la situación es bastante compleja debido a que el “Sector Artesanal” es la entidad más representativa que actualmente existe en el país, lo que sucede es que lastimosamente este sector no es priorizado por la Municipalidad, por lo tanto son muy pocos los “Artesanos” que pueden verse favorecidos a la hora de comercializar su arte; esto acompañado a que tienen una mentalidad de subsistencia y no tienen los adecuados manejos de gestión de desarrollo y el acceso a la capacitación y exportación.

Es a partir de esta problemática que nace la necesidad de trabajar con artesanos. Es por esto que mediante el Informe de consultoría realizado a la Asociación de artesanos de San Jerónimo de Tunán, que se desarrolla basado en la elaboración de un diagnostico situacional de los conductores de las unidades artesanales que la conforman (pequeña y microempresa) de la asociación mencionada, lo que se busca es mostrarle a través de unas líneas de actuación que puedan abrirle una visión mucho más amplia del mercado, que le permitan llegar a ser más competitivo en un futuro en su labor artesanal con productos tanto de oro y plata.

El problema que principalmente surge que no existe el fomento de la artesanía ni mucho menos mejorar su competitividad y favorecer su estabilidad.

Por otro lado, otro problema con que se enfrenta el artesano es el conocimiento de lo que el mercado requiere o necesita, por lo que el artesano produce sin enfocar sus esfuerzos a puntos específicos que le permitan tener una mayor rentabilidad y aceptación por parte de los clientes; esto se debe al poco conocimiento de estrategias de mercadeo y comercialización que puedan darles una mirada mucho más empresarial a su negocio. Todo esto conlleva a que las entidades que apoyan dicha causa muestren el interés en enfatizar en este caso, dejando a un lado ese sistema burocrático que se maneja, y por el contrario, que les brinden capacitaciones en donde se les enseñen herramientas contables, como lo pueden ser flujos de caja tentativos que permitan darle un enfoque más empresarial a su trabajo.

Otro problema es la parte cultural, ya que el artesano no ha podido adquirir la educación suficiente que lo capacite para valorar su arte; a este problema de educación se suma que el artesano no tiene una actitud empresarial, sino de consumo o subsistencia.

Por consiguiente, es que surge la necesidad de trabajar con el sector artesanal en el distrito de San Jerónimo de Tunan de la provincia de Huancayo – Perú. Para esto, la propuesta como se ha venido señalando es las líneas de actuación del sector artesanal que permita el fortalecer su microempresa y asegure una alta competitividad en el mercado, buscando el aprovechamiento

de las oportunidades como estrategia para expandirse, la disminución de las amenazas como obstáculos para el crecimiento y buen desarrollo de la empresa, como factores externos, y la disminución de las debilidades mediante la asignación de responsabilidades, el control y la revisión, y el mantenimiento de las fortalezas en el largo plazo, como factores internos de la organización para tener en cuenta.

2.2. Justificación

2.2.1. Nivel Social

La Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan como sector artesanal del municipio de San Jerónimo de Tunan - Perú, está logrando ser una actividad importante en la económica peruana. Por otro lado las Líneas de Actuación para el sector artesanal que se proponen pretenden ser una estrategia de promocionar y mostrar el arte de la elaboración de sus productos artesanales a la vez de exhibir las costumbres tradicionales de su cultura.

El conocimiento del presente estudio servirá para proponer el diseño de políticas sociales intersectoriales orientadas a promover el desarrollo del sector artesanal.

2.2.2. Nivel Técnico-Económico

Con las Líneas de Actuación para el sector artesanal aplicada a la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan (sector artesanal del Municipio de San Jerónimo de Tunan), se intenta desarrollar la actividad económica (generar la pequeña y micro empresa) basado en sus productos artesanales, que exista una distribución de los productos en el mercado Local, regional e Internacional, para incrementar las ventas y el ingreso económico de las familias que elaboran estos productos artesanales tradicionales en San Jerónimo de Tunan - Perú.

2.2.3. Nivel Teórica

La artesanía tradicional en el Perú es una herencia de los orfebres antiguos. En este caso la artesanía de San Jerónimo de Tunan, ha trascendido de los tiempos remotos de la cultura prehispánica, por tanto representa un prestigio milenario en el cual va implícito un legado de sangre y raza.

La cultura peruana tiene la característica de dar a la joyería un papel muy importante debido a que los artesanos están dotados de un gusto nato que les permite transformar el metal con una gran calidad. ¿Por qué no brindarles la oportunidad a la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de darse a conocer y que el mundo vea lo que los artesanos de San Jerónimo de Tunan - Perú, como joyeros tienen que ofrecerle?

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivo General

El fomento de la artesanía de la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú, mejorando su competitividad y favoreciendo su estabilidad. A través de líneas de acción, como herramienta de gestión, que permita un posicionamiento en el mercado.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Mejorar la comercialización de los productos de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú.
- Impulsar la comercialización de los productos artesanales mediante la adecuada identificación de la artesanía y la apertura de nuevos canales de comercialización.
- Incrementar el conocimiento y utilización de las tecnologías de la información por parte de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú
- Impulsar la reestructuración y mejora de las infraestructuras productivas, las instalaciones y los productos artesanales.
- Fomentar la capacitación de los artesanos mediante la utilización de la formación transversal, intersectorial y reglada.

2.4. Preguntas a responder

2.4.1. Pregunta general

¿Cómo podemos fomentar la artesanía de la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú para mejorar su competitividad y favorecer su estabilidad?

2.4.2. Preguntas específicas

- ¿De qué manera se puede mejorar la comercialización de los productos de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú?
- ¿Cómo podemos impulsar la comercialización de los productos artesanales?
- ¿Cómo podemos incrementar el conocimiento y utilización de las tecnologías de la información por parte de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú?
- ¿De qué manera podemos Impulsar la reestructuración y mejora de las infraestructuras productivas, las instalaciones y los productos artesanales?
- ¿Cómo podemos fomentar la capacitación de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú?



DISEÑO METODOLÓGICO



DISEÑO METODOLÓGICO

Fin General: El fomento de la artesanía de la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú, mejorando su competitividad y favoreciendo su estabilidad. A través de líneas de acción, como herramienta de gestión, que permita un posicionamiento en el mercado.

Fin Especifico	Metodología	Instrumentos a utilizar
Investigar el Macro entorno de la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú	Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú, para descubrir el estado actual en que se encuentra	Recolección de datos desde las perspectivas metodológicas Cuantitativas (Encuestas) y Cualitativas (Entrevistas en profundidad y observación participativa).
Indagar el Micro entorno de la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas al presidente de la asociaciones de artesanos de San Jerónimo de Tunan. - Observación de la elaboración de la Artesanía “Trabajos en oro y Plata” - Investigar cuales son los canales de distribución utilizados - Indagar los precios de los principales productos que elaboran las unidades artesanales en la asociaciones de artesanos de San Jerónimo de Tunan. - Averiguar qué actividades de promoción se están realizando para que los productos artesanales sean conocidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar preguntas claves de la Encuesta que se realizará a los conductores de las unidades artesanales (micro y pequeña empresa) que conforman la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú - Observación directa sobre el proceso de elaboración de la variedad de productos artesanales. - Entrevistas al presidente de la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú - Encuesta con preguntas claves para conocer la distribución de sus

		<p>productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta con preguntas claves para conocer los precios de los productos. - Revisión de material de difusión.
Diseñar las Líneas de actuación que se emplearán para la competitividad.	Establecer las Líneas de acción que se emplearán de acuerdo al diagnóstico realizado.	Evaluar las Líneas de Actuación que se utilizarán de acuerdo al diagnóstico situacional que se realizó.

3.1. Tipo y Nivel

3.1.1. Tipo

El tipo de estudio realizado en el informe de consultoría es descriptivo y explicativo,

Es descriptivo porque describe el comportamiento de los artesanos filigranistas orfebres en plata dentro de san Jerónimo de Tunan - Perú.

Es explicativo porque se demuestra a través de la hipótesis el desempeño de la labor y sus destrezas innatas en la elaboración de sus productos además explican las distintas mentalidades económicas de los conductores de las unidades artesanales.

3.1.2. Nivel

Es de nivel aplicativo en el informe de consultoría, por ser la artesanía una alternativa de desarrollo económico y cultural; para ello se plantean Líneas de actuación en el sector artesanal a fin de mejorar, comercializar y exportar sus productos artesanales.

3.2. Población

3.2.1. Población

La población o universo de estudio está representada por todo los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú, que conforman la asociación.

3.3. Variables

En el presente Informe de consultoría se ha considerado las siguientes variables:

- Factores sociales y culturales.

- Tipo de mentalidad económica
- Sistema de promoción de la venta de sus mercancías.
- Posibilidades de desarrollo empresarial de esta rama artesanal.
- Las variables intervinientes han sido: Edad. Sexo, nivel educativo.

3.4. Unidades de análisis y observación

Nuestra unidad de análisis son los conductores de los talleres artesanales en este caso los artesanos filigranistas orfebres en plata dentro de san Jerónimo de Tunan - Perú

Nuestras unidades de observación a través de los cuales recabaremos información relacionada con nuestro objeto de estudios son: documentos, videos, revistas y otras fuentes de información.

3.5. Métodos y técnicas

El método que se ha empleado responde a las técnicas e instrumentos de recolección de datos desde las perspectivas metodológicas Cuantitativas (Encuestas) y Cualitativas (Entrevistas en profundidad y observación participativa).

El empleo de ambos métodos están orientados a la consolidación, validación mutua y complementariedad que permite que los resultados sean válidos y respondan a los criterios científicos.



DIAGNÓSTICO SITUACIONALINFORME DE CONSULTORIA

DIAGNOSTICO DE LA
SITUACION ACTUAL DE
**LA ASOCIACIÓN DE
ARTESANOS
FILIGRANISTAS
ORFEBRES EN PLATA
DE SAN JERÓNIMO
DE TUNAN**



DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIONAL

En el presente diagnóstico Situacional realizada a la Asociación De Artesanos Filigranistas Orfebres En Plata De San Jerónimo De Tunan – Perú, se toma referencia a los miembros que la integran, quienes son los conductores de las unidades económicas artesanales (talleres artesanales)

4.1. Valores culturales y tipo de mentalidades económicas de los artesanos

Según Prieto Figueroa, “Todo valor supone la existencia de una cosa o persona que lo posee y de un sujeto que lo aprecia o descubre, pero no es ni lo uno ni lo otro. Los valores no tienen existencia real sino adherida a los objetos que lo sostienen. Antes son meras posibilidades.”²

Es precisamente el significado cultural y social que se atribuye a los valores uno de los factores que influye para diferenciar los valores tradicionales, aquellos que guiaron a la sociedad en el pasado, generalmente referidos a costumbres culturales o principios religiosos, y los valores modernos, los que comparten las personas de la sociedad actual.³ Los valores “Son contenidos o significados que se manifiestan a nivel de las ideas, Considerados como patrones o criterios deseables como buenos para la organización, es una idea bastante permanente sobre lo que es apropiado y lo que no es, sirve como referencia en la toma de decisiones, por lo que los valores son operativos su práctica configuran la organización, forman su estilo y ethos.”⁴

Desde un punto de vista sociocultural y sociológico, los valores son considerados referentes, pautas o abstracciones generales y centrales que orientan la acciones humanas y de convivencia social dentro de una subcultura. Estos son resultados de procesos complejos de desarrollo y cambio histórico sociocultural.⁵ Son guías que dan determinada orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social. En el ámbito empresarial, como en cualquier ámbito de la vida, es la cultura la que configura y da sentido al desarrollo de las actividades empresariales.⁶

En esta parte del Trabajo de Fin de Master buscare establecer los valores culturales que están presentes en los conductores de las unidades económicas artesanales de la asociación, y según esto trataremos de establecer el tipo de mentalidad económica que se presenta en ellos, y cuál de estas es la que predomina.

a) La toma de decisiones en la unidad artesanal y el significado del trabajo para el artesano conductor.

Conceptualmente la Toma de decisiones. Es el proceso durante el cual la persona debe escoger entre dos o más alternativas. Todos y cada uno de nosotros pasamos los días y las horas de nuestra vida teniendo que tomar decisiones.

² Prieto Figueroa, L. B. Principios generales de la educación. P. 184

³ Ob. Cit. p. 185

⁴ Arrosquipa, Percy. Los elementos culturales de la organización empresarial. P. 151

⁵ Heinz Hillman, Kart. Diccionario Enciclopédico de Sociología. P. 998

⁶ Arrosquipa, Percy. Los elementos culturales de la organización empresarial. P. 142

Algunas decisiones tienen una importancia relativa en el desarrollo de nuestra vida, mientras otras son gravitantes en ella.⁷

Para una unidad económica u empresa, el proceso de toma de decisión es sin duda un factor muy importante para su organización, funcionamiento y logros. Con frecuencia se dice que las decisiones son algo así como el motor de los negocios y en efecto, de la adecuada selección de alternativas depende en gran parte el éxito de cualquier organización.

En estas unidades no cuentan formalmente con un administrador que tome decisiones, el que toma las decisiones de los aspectos relacionados con la marcha del negocio es realizada mayormente en 66% de las unidades por el artesano conductor de la unidad. Son estos los que constantemente tienen que decidir lo que debe hacerse, quién ha de hacerlo, cuándo y dónde, y en ocasiones hasta cómo se hará. Estas decisiones por lo general no están basadas en criterios y funciones administrativas que son: planeación, organización, dirección y control. Lo que es propio de una unidad empresarial que maneja información, conocimiento y tiene clara su visión, misión sus objetivos estratégicos a largo plazo, las estrategias para lograr sus objetivo. La racionalidad de la toma de decisiones en la mayor parte de estas unidades está basada en una racionalidad limitada y circunstancial debido a la falta de información, de tiempo o de la capacidad para analizar alternativas a la luz de las metas buscadas; metas confusas; la tendencia es por lo general a no correr riesgos al tomar una decisión.⁸ El hecho de que sea solo el conductor el que tome las decisiones para la marcha de la unidad artesanal, nos indican que existe cierta lógica vertical en la toma de decisiones, que no existe trabajo en equipo y si los hay se da de manera subordinada a las decisiones del conductor de la unidad.

En estas unidades se pone de manifiesto lo indicado por Percy Arrosquipa para el caso, de la naturaleza del tipo de gestión empresarial que se da en la micro y pequeña empresa en el Perú.

“Cuando la cosmovisión empresarial representa un estilo (...) rígido y directo de gestión paraliza la creatividad y el cambio, excluye no favorece el trabajo en equipo, (...) no existe una visión compartida de la empresa porque existen un conjunto de valores, creencias e influencias sociales que así lo determinan. Esta situación en la micro y pequeña empresa es frecuente y notoria, no corresponde a una cultura empresarial institucionalizada”⁹

Por otro lado, en estas unidades hay un sector de 24% conductores que manifiestan que sus negocios son conducidos por él y su conyugue, y un 10 % por él, su conyugue e hijos. En estos dos casos existe una toma de decisiones de carácter participativo y democrático.

⁷ La toma de decisiones. <http://www.monografias.com/trabajos12/decis/decis.shtml>

⁸ Loc. Cit. <http://www.monografias.com/trabajos12/decis/decis.shtml>

⁹ Arrosquipa, Percy. Los elementos culturales de la organización empresarial. P. 144

Cuadro N° 1
Persona (as) que toma las decisiones principales en la unidad

Personas que toman las Desc.	Nº	%
Conductor solo	33	66,0
Conductor y conyugue	12	24,0
Conductor, conyugue e hijos	5	10,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

b) Significado del trabajo

Las personas atribuimos al trabajo un significado que hemos adquirido a lo largo del proceso mediante el cual adoptamos los elementos socioculturales de nuestro medio ambiente y los integramos a la personalidad para adaptarnos a la sociedad a la que pertenecemos, conocidos como socialización.

La socialización laboral básica es un proceso mediante el cual adoptamos un conjunto de valores, creencias, actitudes y normas que la sociedad transmite a sus miembros en relación con el trabajo.

El significado atribuido al trabajo incluye un conjunto de creencias y valores que los individuos desarrollan a lo largo del proceso de socialización laboral. Dicho conjunto de creencias y valores sufre modificaciones en función de las experiencias personales y a las diferentes situaciones que ha de afrontar cada individuo.

Eloy Neira señala que *en la sociedad andina existe una actitud positiva frente al trabajo, sus orígenes estaría en la en el medio rural, es parte de una tradición cultural andina.*¹⁰. Es decir, Eloy Neira sostiene que en mentalidad de las personas andinas como es el caso de los artesanos conductores, por lo general existe una alta predisposición y valoración al trabajo. Aspecto que ligada a una mentalidad empresarial les ha servido a muchos tener logros empresariales en la ciudad.

La valoración del trabajo que tienen los artesanos al trabajo, se expresa En el cuadro N° 2, que indica la edad en que empezó a trabajar. Un considerable 52% manifestó que empezó a trabajar entre los 16 a 20 años, es decir ente la adolescencia y la juventud; un significativo 32% entre los 10 y 15 años de edad y solo un 16 % indico que empezó a trabajar entre los 21 años de edad y más. Estos datos nos indican que la mayor parte de estos artesanos tienen una trayectoria laboral desde muy temprana edad, aspecto que es casi muy común en la población rural y emigrante en la sociedad andina. Los primeros trabajos, para un mayoritario 66% fue la misma actividad artesanal, para el 20% fue alguna actividad ligada al comercio y para un 14% fueron otras actividades como la agricultura, la minería entre otros.

¹⁰ Neira Eloy. Cuando no trabajo me da sueño. En; Los Nuevos Limeños. Taller de TEMPO, PUCP. Casa Sur y Tafos. Lima. Perú. 1993. P. 47

Cuadro N° 2
Edad en la que empezó a trabajar y primer trabajo

Edades	Frecuencia	Porcentaje
10a15	16	32,0
16a20	26	52,0
21 a +	08	16,0
Total	50	100,0
Primer trabajo realizado		
Trabajo	Nº	%
Comerciante	10	20,0
Artesano	33	66,0
Otras Activ.	07	14,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En el cuadro N° 3 identifica los principales significados que los artesanos le dan al trabajo son los siguientes: El 58% menciona que el trabajo es un medio para tener bienestar familiar, el 34% señala que el trabajo es la actividad para conseguir dinero. En ellos no obstante de lo creativo y artístico que es su trabajo artesanal, el significado o valoración que la mayoría de los artesanos tiene del trabajo es más carácter utilitario, como un medio para tener bienestar personal o familiar o tener dinero para otros fines.

Cuadro N° 3
Significado del trabajo

Significado	Nº	%
Medio para tener bienestar	29	58,0
Actividad para conseguir dinero	17	34,0
Otros	4	8,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Cuadro N° 4
Horas de trabajo

Horas	Frecuencia	Porcentaje
De 8 a 9	29	58,0
De 10 a 11	5	10,0
De 12 a más	16	32,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

La mayoría de artesanos encuestados tiene una normal valoración al trabajo, solo el restante 42% tiene una alta variación al trabajo porque trabajan más de 10 horas a diario. Cabe indicar que para tener un rasgo de una mentalidad empresarial es tener una alta valoración al trabajo ligado a una lógica de emprendimiento, pero no necesariamente el tener una alta valoración al trabajo significa tener una mentalidad empresarial.

c) Ahorro inversión e innovaciones realizadas en la unidad artesanal

Para que exista recurso a invertir en la unidad artesanal, la práctica del ahorro es importante, esto implica disciplina metódica de trabajo, es un medio importante para contar con algún capital que luego permita ser invertido en crecimiento de la unidad económica o empresa, este se realiza muchas veces por el logro de excedentes de capital en la producción o negocio o a costa de sacrificio de parte dinero del consumo actual (lo cual implica costos humanos y familiares)¹¹ recursos que sirven para ser invertidos en la mejora y desarrollo del negocio. Tanto el ahorro y la inversión implican un riesgo porque no se sabe lo que puede pasar en el mercado de mercancías y capitales o en nuestra propia casa.

En el cuadro N° 5 sobre los recursos económicos con el cual trabaja el conductor de la unidad, se observa que solo el 28% trabaja con recursos económicos producto del ahorro, otro 20% lo hace con préstamos familiares y un 10% con préstamos de personas particulares. Mientras un significativo 42% señala que trabaja con recursos económicos obtenidos del banco. Esta información nos indica que: a) Solo un pequeño sector de artesanos tienen la práctica o habitus de ahorro como una fuente de capital de trabajo, b) en un significativo sector de artesanos (30%) que no tienen la práctica, ni tiene la posibilidad de ahorrar para invertir trabajan con capital prestado de familiares y otras personas particulares. Mientras que un significativo sector de artesanos acuden a préstamos bancarios para obtener recursos económicos de trabajo.

En síntesis el 72% de artesanos acuden a un tercero para obtener dinero como fuente de trabajo para su taller.

Cuadro N° 5
Recursos económicos con el que trabaja

Recursos	Nº	%
Propios horros	14	28,0
Préstamo familiar	10	20,0
Préstamos de personas particulares	5	10,0
Préstamos Bancarios	21	42,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En cuanto a los cambios e innovación realizados por el conductor en la unidad económica, veremos los siguientes:

El registro de la contabilidad es un indicador del grado de formalidad e informalidad en la que se halla una unidad económica y de la naturaleza administrativa de la unidad, permite a su propietario controlar las operaciones y conocer los resultados obtenidos y se ha ganado o perdido. Es estado final de la contabilidad son los estados financieros: balance general y estado de ganancias y pérdidas. Los dos permiten analizar con una mejor racionalidad la situación económica y financiera del negocio y con el objetivo de tomar decisiones acertadas, mejorar el control de negocio e incrementar las utilidades.

¹¹ Portocarrero Gonzalo. La mentalidad del empresariado peruano: una aproximación a su estudio. P. 10

En el cuadro N° 6, evidencia que el 62% de los conductores no llevan un sistema contable y mientras que solo 38% indica que si usa un registro contable en su negocio. Estos datos nos indican que la mayoría de establecimientos funcionan informalmente, que no registran un sistema contable de movimiento de sus operaciones de sus ganancias y pérdidas. No cuentan con un instrumento de toma de decisiones acertadas y en ellas prima más una mentalidad de subsistencia. Existe también un significativo sector de unidades que si usan el sistema contable, estos deben estar en la formalidad legal, tributaria y se mueven como micro empresas artesanales formales con una mentalidad y lógica empresarial.

Cuadro N° 6
Registros de contabilidad

Registro	Nº	%
Si	19	38,0
No	31	62,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

La innovación es uno de los caminos para lograr la competitividad de una empresa y el bienestar de sus integrantes. Innovar se está convirtiendo hoy en día en un aspecto importante de todo tipo de organización. La innovación debe estar en todas dimensiones y de decisiones de una unidad económica, es una necesidad de las empresas para subsistir y que quien hoy no esté pensando en nuevos productos y nuevos mercados tiene el futuro complicado.¹²

“Actualmente los ciclos de vida de los productos son más cortos y una nueva idea es copiada en un breve plazo, con lo que se pierde la ventaja competitiva de quien desarrollo la misma. Parece que el futuro de una empresa líder, ya no se basará tanto en la capacidad de producción sino en la capacidad de crear nuevas necesidades, idear, diseñar y poner en el mercado nuevos productos en un corto espacio de tiempo. Este planteamiento parece dejar en manos de las empresas la responsabilidad de innovar, e incluso, sólo en de aquellas grandes empresas con capacidad de desarrollar nuevos productos pero este es un planteamiento muy pobre, con pocas posibilidades de éxito.”

A este respecto el tipo de innovación que estas unidades realizan están más relacionadas con los siguientes aspectos: para el 30% ampliar su local del negocio, para el 18% renovar maquinarias, para el 16% ampliar su mercado, para el 10% diversificar sus líneas de producción. El 28% manifestó que no hace ninguna innovación. Es notorio a pesar de que son unidades artesanales, más de subsistencia, con una notoria débil cultura empresarial; obligados por la realidad y el mercado se viene dando ciertos intentos de innovación.

¹²La formación profesional como motor de la innovación en la microempresa. En: www.hezkuntza.ejgv.euskadi.net/r43-3500/es/.../203c.pdf

Cuadro N° 7
Cambios e innovaciones en la unidad económica

Cambios e innovaciones	Nº	%
Ampliar el local	15	30,0
Renovar maquinarias	9	18,0
Diversificar líneas de producción	5	10,0
Ampliar el mercado	8	16,0
Ninguna cambio e innovación	14	28,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Dentro del proceso de innovación que se estarían dando en estas unidades, solo el 30% indicaron tener correo electrónico. El 14% lo usa para contactos con compradores nacionales e internacionales y un 16% para otros fines. Un 70% aún no tiene correos ni usa el Internet para algún aspecto.

Cuadro N° 8
Correo electrónico y usos que le dan

Correo elect.	Nº	%
Si	15	30,0
No	35	70,0
Total	50	100,0
Usos del correo electrónico		
Usos	Nº	%
Compradores nacionales	5	10,0
Compradores internacionales	2	4,0
Con nadie	8	16,0
No tienen correo	35	70,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

d) Otras inversiones

En el cuadro N° 9 se observa que el 22% de los conductores de las unidades económicas, han adquirido vivienda, muebles y electrodomésticos, el 16% vivienda y muebles, el 8% vivienda muebles, electrodomésticos y auto y el 52% restante contesta otros. De estos resultados se puede deducir que el 48% de los conductores de las unidades económicas, adquirieron con como fruto de trabajo, vivienda, electrodomésticos, muebles y auto y el 52% restante otros bienes. El 52% indica que no ha adquirido ningún bien. Un significativo porcentaje de estos trabajan para su manutención familiar y la adquisición de algún bien para la familia, que nos estaría indicando una vez más que la mayoría de estas micro unidades económicas artesanales se desenvuelven más con una mentalidad de subsistencia que de emprendimiento y solo cerca de una tercera parte de estas buscan incursionar en el mercado con lógicas y ethos empresariales¹³.

¹³ Ethos es un concepto conocido y utilizado en las ciencias humanas y sociales, que representan el carácter, el tono, un estilo de vida y moral, un modo de ser y actuar de una persona, organización o pueblo. Al mostrarse el ethos, representa un estilo de vida, su ánimo y

Cuadro N° 9
Bienes adquiridos con sus ingresos de trabajo artesanal

Tipos de Bienes	Frecuencia	Porcentaje
Vivienda y muebles	8	16,0
Vivienda, muebles y electrodomésticos	11	22,0
Vivienda, muebles, electrodomésticos y auto	4	8,0
Auto	1	2,0
Ninguno	26	52,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

e) Prevenciones ante el riesgo de fracaso

Elizabeth Duna y Nicholas Kalaitzandonakes mencionan que: “El riesgo se puede definir como la probabilidad de pérdida o la pérdida en sí. En economía las fuentes de riesgo se agrupan en seis categorías que incluyen el mercado, y las fuentes naturales, tecnológicas, estratégicas, políticas y personales.”¹⁴

Mencionan que los riesgos indicados actúan entre sí para crear el entorno de riesgo en el cuál la familia toma sus decisiones micros empresariales. Además, el entorno en el cual las familias de bajos ingresos toman sus decisiones se caracteriza por mercados imperfectos o incompletos, producción y actividades de consumo múltiples y entrelazadas y mayor vulnerabilidad frente a los efectos del riesgo. Las actividades económicas múltiples y entrelazadas implican mayores fuentes de riesgo pero, también, mayores posibilidades de diversificar el riesgo.

Así frente a las posibilidades de riesgos y de fracaso en el negocio de la artesanía platera en el distrito de San Jerónimo de Tunan, el 70% de los encuestados indicaron que no toman ninguna prevención o seguridad económica para la estabilidad y el crecimiento de la unidad. Solo el 30% mencionó que si toma prevenciones frente a la posibilidad de fracasos o riesgos. Esta información una vez más ratifica que la mayor parte de estas unidades artesanales se desenvuelven con lógicas propias de una mentalidad de subsistencia. Solo el 26%, un pequeño sector tiene alguna lógica que se acerca a una mentalidad empresarial, estos indican que como prevención frente al riesgo practican el ahorro y un 4% indico otros como acudir a préstamos.

actitud subyacentes, la concepción de calidad de vida (...) El ethos empresarial representa la disposición de su ánimo, su estilo de vida grupal y la actitud subyacente que tiene a sí mismo y ante el mundo. Arrosquipa, Percy. Los elementos culturales de la organización empresarial. P. 159 160

¹⁴ Dunn Elizabeth y Nicholas Kalaitzandonakes. Riesgos e impactos de los servicios dirigidos a las microempresas. P. 4

Cuadro Nº 10
Tipo de prevenciones toma ante un posible riesgo y fracaso

Tipo de prevención	Nº	%
Ninguna	35	70,0
Ahorro	13	26,0
Otros	2	4,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En cuadro Nº 11, se observa las respuestas de los artesanos a pregunta ¿Qué acciones tomaría frente al fracaso de su negocio? El 46% de los conductores contesto que si fracasaría empezaría de nuevo con el negocio, el 12% iniciaría otra actividad, el 12% buscaría un trabajo dependiente y el 8% buscaría otras alternativas. De estos resultados se puede deducir que el menos de 50% de los artesanos empezaría de nuevo con el negocio más del 50% se dedicaría a otras actividades que es la artesanía. Lo que nos indica que un significativo número de artesanos, frente a una posibilidad de fracaso se reiniciaría en la actividad. Mientras que un gran sector no tiene esta predisposición por no tener una mentalidad empresarial.

Cuadro Nº 11
Acciones frente al fracaso

Acciones	Nº	%
Empezaría de nuevo	23	46,0
Iniciaría otra actividad	17	34,0
Buscaría un trabajo dependiente	6	12,0
Otros	4	8,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Conceptualmente la motivación podemos definirlo como una necesidad o deseo que induce la persona a actuar, tiene más una connotación más emocional, es un estado de ánimo que no se halla exenta de las influencias del entorno y las circunstancias que la motivan o las desmotivan. En el campo empresarial, es un aspecto importante que incrementa la eficacia de la empresa.

En el caso de los artesanos, en cuadro Nº 12, se observa que dos son la principales estímulos o motivaciones que señalan los artesanos para seguir en los negocios, el 56% de los conductores de unidades económicas (artesanos), contestaron que la motivación para seguir en la actividad es de contar con un trabajo y fuente de ingreso, el 36% el de garantizar y construir un buen futuro para su familia y el 8% restante refiere a otras motivaciones. En estas respuestas lo que prima en los artesanos son motivaciones de orden económico y social más que estrictamente empresariales.

Cuadro N° 12
Motivaciones para seguir en la actividad

Motivaciones	Nº	%
Contar con un trabajo y fuente de ingreso	28	56,0
Garantizar y construir un buen futuro para su familia	18	36,0
Otro	4	8,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

f) Progresos obtenidos, proyectos inmediatos y visión de futuro en el negocio

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define el progreso como: “la acción de ir hacia adelante, avance, adelanto, perfeccionamiento”. Este concepto aplicado al estudio de las unidades económicas artesanales del Distrito de San Jerónimo es de por sí interesante, porque nos indica los avances, adelantos, tecnológicos, económico y sociales obtenidos en términos individuales y colectivos por los conductores de las unidades en estudio y sus perspectivas de futuro.

Cuadro N° 13
Opinión sobre progreso obtenido en los últimos 10 años

Opinión	Nº	%
Si	21	42,0
No	29	58,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En cuadro N° 13, se puede observar que el 58% de los conductores de las unidades económicas se considera una persona que no ha progresado tenido mayores logros en la vida. Mientras que el 42% restante considera es una persona que ha progresado y ha tenido éxitos en la vida. El progreso en este caso se expresa a los logros tangibles obtenidos con las utilidades económicas del trabajo artesanal: mejoras en la producción y comercialización de la unidad económica, en el logro de la educación de los hijos, en la adquisición de bienes como terrenos, viviendas y carros, entre otros.

En el cuadro N° 14 se observa que el 26% de los conductores de las unidades económicas, tienen como proyecto inmediato en su empresa el de obtener préstamos, el 22% el de ampliar su local, el 12% tiene como metas exportar sus productos artesanales, el 10% tener como meta comprar más materia prima para incrementar su producción, el 28% manifiesta que aún no tiene ninguna idea a realizar para su negocio o unidad económica. En estos datos se nota que el 72% de los conductores de las micro unidades económicas artesanales del Distrito de San Jerónimo de Tunan tienen alguna pensado realizar una idea o proyecto inmediato para la mejora de su unidad. Lo que nos indicaría que no obstante de ser la mayoría de estas unidades económicas con una mentalidad de subsistencia, existe gran parte de sus conductores una visión e intención latente de mejorar su unidad económica e incursionar en lógicas empresariales.

Cuadro N° 14
Proyecto inmediatos para su negocio

Proyectos	Nº	%
Obtener prestamos	13	26,0
Ampliar su local	11	22,0
Comprar más materia prima	5	10,0
Exportar	6	12,0
Aun no tiene una idea	14	28,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

La visión latente de lograr alguna meta de aquí a cinco años la observamos en el siguiente cuadro N° 15, en él se observa que el 54% de los conductores de las unidades económicas, tienen como visión empresarial vender más y exportar su producción, el 8% ampliar más su local, el 4% comprar nueva maquinaria. Mientras que el 34% restante tienen otras metas que no están en relación con su negocio o simplemente no tienen aún una idea o visión de futuro clara su negocio. De estos resultados se puede deducir, que el 66% de los conductores de las unidades económicas, tienen alguna meta y cierta idea de visión de futuro sobre el porvenir del negocio artesanal, esto ratifica que en ellos existe una intención empresarial y visión manifiesta sobre el futuro de unidad. En otros términos en la mayoría de ellos cuenta con potencialidades latentes para dar el salto hacia la consolidación de unidades económicas con lógicas propias de una mentalidad empresarial.

Cuadro N° 15
Metas a realizar en su unidad de aquí a de 5 años

Metas	Nº	%
Comprar nueva maquinaria	2	4,0
Vender más y exportar su producción	27	54,0
Ampliar su local	4	8,0
otras	17	34,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En el cuadro N° 16 se observa que las metas indicadas en el cuadro N° 15 se piensan logra, para el 50% de los conductores de las unidades económicas con recursos propios o familiares, el 32% con el apoyo de los gobiernos locales y regionales¹⁵ y de otros como familiares o amigos cercanos, el 8% de la empresa privada y el 10% restante no espera apoyo. De estos resultados se puede deducir que el 40% de los conductores de las unidades económicas espera algún tipo de apoyo para su permanencia y desarrollo en el tiempo,

¹⁵ Cabe indicar que el gobierno local del distrito el poco lo que hace por promover y desarrollar esta actividad artesanal, en San Jerónimo de Tunan. De igual manera el gobierno edil provincial, el Gobierno regional, mas halla de algunas capacitaciones, promoción de ferias no cuenta con un Plan ni estrategias para el desarrollo del sector artesanal en la región menos para la artesanía platera de este distrito. Hace falta un Plan integral y sectorial para el impuso y promoción de la artesanía en la región y particularmente de las actividades de la artesanía platera de este distrito.

tanto del estado de los gobiernos locales y regionales como de la empresa privada.

Cuadro N° 16
Con que apoyo piensa lograr sus metas

Apoyo	Nº	%
Recurso propios y familiares	25	50,0
Gobiernos locales y regional	8	16,0
Empresa privada	8	16,0
No espera apoyo	5	10,0
Otros	4	8,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Cuadro N° 17
Aspectos que le motivan a seguir trabajando en el rubro

Aspectos	Nº	%
Obtener más ganancias	7	14,0
Ahorrar para invertir	6	12,0
Adquirir bienes para el bienestar familiar	9	18,0
Garantizar la educación y manutención de su familia	23	46,0
Otro	5	10,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En el cuadro N° 17 se puede observar que el 46% de los conductores de las unidades económicas, indican que tienen la motivación para seguir trabajando en el rubro el de garantizar la educación y manutención de su familia, el 18% el de adquirir bienes para el bienestar familiar, el 14% el de obtener más ganancias, el 12% el de ahorrar para invertir y el 10% restante tiene otras motivaciones. De estos datos se deduce un considerable sector de conductores de las unidades económicas de artesanía platera de este distrito, tienen como motivaciones para seguir en la actividad, la de garantizar la educación y manutención y el bienestar de su familia, otro sector adquirir bienes, obtener más ganancias y el de ahorrar. Estos datos también nos indican que en mayor o menor grado la mayoría de artesanos tienen alguna motivación para continuar en la actividad. Lo que llama la atención que antes de indicar que tiene como motivación el cultivar el arte, prima más en ellos un interés económico.

4.2. Tipo de producción, organización y tamaño de la Unidad económica artesanal

En cuadro N° 18 se observa que la mayor parte de artesanos del distrito de San Jerónimo de Tunan se dedican mayormente a la producción de joyas en general. Así el 72,0% indico que produce más joyas en general; el 24% trabajos manifestó producir mayormente filigrana, laminas, vaciados y un el 4,0% a otros ya sean tejido en platería, armado de joyas, etc.

INFORME DE CONSULTORÍA

Estos artesanos son especialistas en elaborar muchas figuras de escultura, utensilios, joyas, etc.; en sus diferentes presentaciones como son la filigrana, repujado, vaciados y armados de trabajos en plata.

Muchos de estos artesanos señalan como la señora artesana Sofía Luz Torpoco Astucuri mencionan que:

“Es nuestra misión elaborar collares, cadenas, aretes, pulseras, anillos y joyería en general elaborados en base a oro y plata, así como la realización de trabajos en filigrana”

La señora Sofía, mientras muestra entre sus manos unos aretes de fina filigrana de plata. También nos manifiesta que

“Todo lo que hacemos está hecho a mano, en nuestra producción no interviene ningún tipo de máquina.”

Estas expresiones de la artesana Sofía Torpoco, se aprecian que la producción y comercialización de la artesanía platera de este distrito es propio de una Artesanía artística y Artesanía artística utilitaria, la primera porque está destinada a la elaboración de productos estéticos y la obra puede ser contemplada por todos los lados y estos productos son piezas únicas y son de colección. Carros, Gallos u otros objetos de plata y oro. Los segundos, son los productos de plata u oro que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como joyas y adornos.

Cuadro N° 18
Tipos de producción tamaño de la unidad Económica artesanal

Tipo de producción	Nº	%
Joyas en general	36	72,0
Filigrana, lamina, vaciados	12	24,0
Otros	02	4,0
Total	50	100,0
Nº de trabajadores de la unidad Econ.		
Nº de trabajadores	Nº	%
Ninguno	22	44,0
1 - 2	11	22,0
3- 4	13	26,0
5 a más	4	8,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan – Huancayo

En cuanto a su tamaño y organización estas unidades económicas, son por lo general “micro empresas” mayormente informales y algunas formales. Esto se puede ver en el cuadro N° 18, el 44% de estas unidades económicas artesanales no cuentan con ningún trabajador adicional en su taller o centro de comercialización de sus productos; el 26% manifiesta que si cuenta de 3 a 4 trabajadores en su negocio y un 22% con 1 a 2 trabajadores, y un 8% indico que cuentan con 5 a más trabajadores. Por la cantidad de personas

asalariadas que trabajan dentro de la unidad económica artesanal, en cuanto a su tamaño de unidad económica artesanal estas pertenecen convencionalmente a la categoría de micro empresa de producción artesanal.¹⁶

Legalmente estas unidades económicas artesanales se organizan como personas naturales y no jurídicas. No obstante de ser un gran número de estas aun informales, sus conductores en un 96% señalaron que son unidades conducidas por personas naturales como personería.

Persona Natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal, la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa. Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa. Si, por ejemplo, la empresa quiebra y es obligada a pagar alguna deuda, la persona deberá hacerse responsable por ella a título personal y, en caso de no pagarla, sus bienes personales podrían ser embargados.¹⁷

Este tipo de empresas son las que más se amoldan a la organización y funcionamiento de las unidades artesanales porque no tiene engorrosos trámites y son flexibles en su funcionamiento, donde el dueño (artesano) asume todo la responsabilidad legal de la empresa con todas sus ventajas y desventajas.

Cuadro Nº 19
Tipo de organización de la unidad económica

Tipo de organización.	Nº	%
Persona natural	48	96,0
Asociativa	2	4,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

¹⁶ En el Perú las diversas unidades económicas, según el tamaño de la Empresa son definidas de la siguiente: *Micro empresa*: Sus dueños laboran en las mismas, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados) el valor total de las ventas no excede de las 12 UIT. *Pequeña empresa*: El propietario no necesariamente trabaja en la empresa, el número de trabajadores no excede de 20 personas, el valor total anual de las ventas no excede de las 25 UIT. *La mediana empresa*: Número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100. *Gran empresa*: Su número de trabajadores excede a 100 personas.

¹⁷ Las ventajas de este tipo de empresa son: La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima. La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales. No se les exige llevar y presentar tantos documentos contables. Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente. Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente. La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona. Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción. Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos. Las desventajas son: El dueño tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, lo que significa que deberá garantizar dichas deudas u obligaciones con su patrimonio o bienes personales. El capital está limitado sólo a lo que pueda aportar el dueño. Presenta menos posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades financieras se muestran menos dispuestos a conceder préstamos a Personas Naturales. Falta de continuidad en caso de incapacidad del dueño. Este tipo de empresa es opuesto a la empresa jurídica, donde es la empresa y no el dueño el que asume todas las obligaciones y compromisos.

En el cuadro N° 20 se observa que el 50% de los familiares que trabajan en la actividad de joyeros con los conductores de las unidades económicas artesanales se refiere a otros familiares como primos, tíos, cuñados, el 24% son cónyuges, el 12% sus hijos, 10% sus padres y el 4% sus hermanos. De estos resultados se deduce que el 50% de los familiares que trabajan con los conductores de las unidades económicas en la actividad de joyero son cónyuges, hijos, padres y hermanos y el 50% restante son otros familiares como primos, tíos, cuñados

Una de las características de la estructura organizativa de estas unidades artesanales coincide con lo señalado por Belausteguigoitia quien a partir de la recopilación de varias conceptualizaciones sobre empresas familiares en la literatura de ciencias sociales, define a una empresa familiar como:

“Una empresa familiar es una organización controlada y operada por los miembros de una familia. Desde una perspectiva diferente digamos espiritual, suelo referirme a empresas con alma, dado que el corazón de las familias está en ellas. (...) Es una organización económica en la cual las decisiones con relación a su dirección y control son influidas por la relación de aquella con una familia (o con varias familias) (...). Organización lucrativa operada y controlada por una familia. Cualquier negocio en el cual la mayoría accionaría o el control recaen sobre una sola familia, en la que dos o más de sus miembros están o han estado involucrados con el negocio.”¹⁸

Esta unidades económicas son de carácter familiar, donde, en primer lugar, el mayor apoyo la dan las conyugues (esposas, convivientes o viceversa), luego los hijos y hermanos, entre otros parientes cercanos al núcleo familiar. Esta información es corroborada por los datos que nos indican que el 46% de los cónyuges de los conductores de las unidades económicas artesanales, desempeñan la labor de elaboración de joyas, 26% a la venta de las joyas 12% refiere que no tiene cónyuge y el 8% no se dedica a nada dentro de la empresa. De estos resultados se puede deducir que el 72% de los cónyuges de los artesanos se dedican a alguna actividad dentro de la empresa como es de vender o elaborar las joyas, el 8% de los cónyuges no se dedica a ninguna actividad dentro de la empresa y el 12% restante no tiene pareja y que dentro de la unidad económica familiar es la mujer uno de los soportes básicos de esta actividad artesanal.

Cuadro N° 20
Familiares que trabajan en la unidad económica

Familiares	Nº	%
Padre	5	10,0
Conyugue	12	24,0
Hermanos	2	4,0
Hijos	6	12,0
Otros	25	50,0
Total	50	100,0

¹⁸ Belausteguigoitia, Imanol. Empresas familiares. Su dinámica, equilibrio y consolidación. Pp. 21-22

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

El cuadro Nº 21, nos pone en evidencia un aspecto que está presente y que poco visibles en estas unidades artesanales. En estas unidades existen tres subtipos de organizaciones económicas. En el primer tipo, con 32%, se hallan los artesanos que solo se dedican a producir para acopiadores que luego lo comercializan. En el segundo caso, con el 42%, están los que producen y comercializan a la vez, muchos de estos tienen su tiendas de venta en la calles Arequipa de este distrito. En el tercer tipo, con el 26% se hallan los acopiadores que no producen y solo comercializan estos artículos artesanales con cierto conocimiento empírico sobre la elaboración de estos, por lo general son parientes cercanos de los artesanos productores.

Cuadro Nº 21
Labores que desempeña dentro de la Unidad

Labores	Nº	%
Solo produce	16	32,0
Produce y comercializa las joyas	21	42,0
Solo Comercializa la artesanía	13	26,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En síntesis, sobre esta parte, podemos señalar que entre las características principales de estas unidades económicas artesanales del distrito de San Jerónimo de Tunan, se hallan las siguientes:

Son micros unidades económicas predominantemente familiares, informales y formales de producción y comercialización a pequeña escala de artículos de joyería y objetos de plata y en muchos casos de oro y plata. En ellas prima la organización legal de persona naturales. Estas Unidades son por lo general pequeños talleres de producción artesanal que funcionan en el domicilio del familiar o en la tienda de venta. En estas unidades existen tres subtipos: las que solo producen, las que producen y comercializan y las que solo comercializan.

En la producción artesanal utilizan por lo general material prima de plata y oro de la región, que son adquiridos en el mercado informal de estos productos. Por lo general no cuentan con conocimientos de fuentes adecuadas de financiamiento, para el desarrollo del sector.

Sus clientes son comerciantes intermediarios acopiadores de su producción, turistas internos, externos y personas de la ciudad de Huancayo y de otras zonas del país. Su desarrollo es lento, son unidades económicas artesanales que se desenvuelven con una lógica de sobre vivencia que con lógica empresarial.

4.3. Pertenencia a la asociación de artesanos, beneficios de ser asociado y capacitación recibida

El cuadro N° 21 indica que el 58% de artesanos encuestados pertenecen a la asociación de artesanos plateros del distrito de San Jerónimo de Tunan. De estos el 24% manifiesta tener beneficios por estar asociado, los principales beneficios son recibir capacitación de entes estatales como del Ministerio de Industria y Turismo, Pro - Perú, municipalidades, entre otros organismos. Entre los beneficios también se hallan la promoción de sus productos en ferias regionales, nacionales y locales.

Por otro lado, se observa que el 34% de los conductores asociados indica que no recibe ningún beneficio de la asociación de artesanos a la que pertenece, y el 42% restante no pertenece a la asociación.

Cuadro N° 21
Pertenencia a alguna asociación

Pertenencia	Nº	%
Pertenece	29	58,0
No pertenece	21	42,0
Total	50	100,0

Beneficios que obtiene de la asociación de artesanos

Beneficios	Nº	%
Capacitación	12	24,0
Ningún benef.	17	34,0
No pertenece	21	42,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En el cuadro N° 22 se observa que el 26% del total de los conductores de las unidades económicas (artesanos), ha participado en una capacitación de sobre temas empresariales, el 8% en capacitación sobre temas de producción artesanal y de otro temas y el 66% restante indica que no ha participado en ninguna capacitación.

Cuadro N° 22
Tipo capacitación recibida

Tipo de capacitación	Nº	%
Capacitación empresarial	13	26,0
Capacitación produc. artesanal	4	4,0
Otra	2	4,0
Total	19	34,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Hoy en día, en la sociedad del conocimiento y de la información, la formación técnica y empresarial constituye una de las referencias fundamentales en los sectores artesanales, no sólo en el ámbito del aprendizaje del oficio, que

permite obtener productos de diseño y calidad difíciles de reproducir por la competencia y con un valor añadido y de prestigio en el mercado frente a su mayor coste por mano de obra, sino también en el ámbito del conocimiento de la organización interna de la empresa y de la promoción de venta de sus productos en el mercado.

En cuanto al papel que cumple la asociación en estos aspectos, se visualiza que esta adolece de ciertas deficiencias en cuanto a niveles de organización, representatividad y prestación de servicios a sus asociados: Por ejemplo, uno impulsa la asociatividad de los artesanos, no cuenta con una página web, no cuenta con un plan: estratégico y de capacitación para el desarrollo del sector, de diversificación de sus productos artesanales, algunos de sus asociados no son productores sino solo comercializadores. Las ventas no son en conjunto, cada uno vende por su cuenta, no cuentan con una marca, etiqueta o empaques que los distinga y diferencien en el mercado. Para darle mayor impulso empresarial a la producción artesanal de este distrito se requiere que la asociación en coordinación con otros organismos públicos y privados impulse un programa de capacitación en temas de administración de negocios, atención al cliente, motivación empresarial, costos, innovación técnica y nuevos diseños de producción artesanal. Hace falta que se promueva una mentalidad empresarial moderna y competitiva y se vaya dejando la mentalidad artesanal de subsistencia. En la cual el planteamiento de líneas de acción frente al sector artesanal tomara relevancia.

4.4. Trayectoria de la unidad económica artesanal, motivos para continuar en la actividad, tenencia del establecimiento, situación actual del negocio y otras actividades fuera de la artesanal

Los datos que a continuación analizaremos nos dan una idea aproximativa de la evolución de estas unidades económicas. En este distrito, la producción artesanal data, según algunos datos desde inicios de siglo XX, por la presencia de en la sierra central de ricos yacimientos mineros de plata y de oro. Muchas familias del distrito de San Jerónimo de Tunan, desde entonces han conservado el arte a través de generaciones,¹⁹ constituyéndose hasta el día de hoy como una de las actividades con mayor tradición e importancia dentro de la economía de ese distrito.

El cuadro N° 23 se observa que la mayor parte de unidades económicas artesanales, en un 60% fueron creadas por los padres de los artesanos quienes generacionalmente le transmitieron y heredaron el oficio y negocio algún hijo o hijos que continuaron con el rubro hasta la actualidad. El 20% indica que fue el mismo el que creó el negocio de la artesanía y el 12% señala que fue su esposa la que creó la unidad económica.

¹⁹ INEI. Almanaque estadístico de Junín 2003. P 392

Cuadro N° 23
Personas que crearon la unidad económica

Personas	Nº	%
Abuelos	2	4,0
Padres	30	60,0
Yo mismo	10	20,0
conyugue	6	12,0
Otros	2	4,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

De igual manera que el cuadro anterior, en el cuadro N° 24 se observa que el 64% de encuestados indica que el oficio de artesano lo aprendió por la enseñanza de sus padres, el 26% de otros familiares e instituto y un 10% de sus abuelos. Como se puede ver en el proceso de aprendizaje del oficio y negocio de la artesanía en este distrito, estuvieron presentes algún pariente cercano, padres, abuelos, hermano, tío, entre otros. El aprendizaje del oficio se ha dado por mandato y tradición familiar en la mayoría de los casos.

Cuadro N° 24
Persona que le enseñó el oficio

Persona	Nº	%
abuelos	5	10,0
padres	32	64,0
Otros: famil. Inst.	13	26,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

El cuadro N° 25, nos indica los años que tienen las unidades económicas artesanales, el 52% señalan que tienen más de 16 años de creado, el 28% de 11 a 15 años y el 16% de 5 a 10 años de creación, como se puede notar en estos datos. La mayoría de estas unidades económicas, son antiguas y cuentan con una experiencia y tradición en la producción y comercialización de sus productos artesanales.

Cuadro N° 25
Años de creación de la unidad económica

Años	Nº	%
De 5 a 10	8	16,0
De 11 a 15	14	28,0
De 16 a más	28	52,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Entre las motivaciones para estar y continuar con la actividad artesanal, los encuestados el 48% indicaron que es por tener trabajo propio e independiente, el 38% tener mayores logros económicos y solo el 6% indico que es por estar

sin empleo. La motivación principal para estar en la actividad es tener un empleo propio e ingresos económicos.

Cuadro N° 26
Motivo para continuar en la actividad

Motivo	Nº	%
Estar sin empleo	3	6,0
Tener mayores logros Económicos	19	38,0
Tener un trabajo propio y no depender de nadie	24	48,0
Otros	4	8,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En cuanto a la tenencia de la propiedad del establecimiento, el 66% señaló que son locales alquilados y solo el 15% indicó que cuenta con un local propio. En el caso de los negocios de artesanía de plata en este distrito, se puede observar que la mayoría de negocios se ubican y concentran comercialmente en las tres cuadras de la calle Arequipa, desde la carretera central hasta el parque de la localidad. Muchos artesanos al no contar con un establecimiento propio en este lugar optaron por alquilar un local en dicho espacio. Sin embargo es necesario señalar que muchos de estos son solo comerciantes de los productos artesanales, otros son productores que tienen su taller en el mismo lugar y otros tienen el taller en sus domicilios.

Cuadro 27
Tenencia del establecimiento

Tenencia	Nº	%
Propio	15	30,0
Alquilado	33	66,0
Otro	2	4,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Respecto al mejoramiento del negocio en los últimos cinco años, en el cuadro N° 28 se observa que el 56% manifiesta que no ha mejorado el negocio, el 34% señala que ha mejorado poco y solo el 10% manifiesta que ha mejorado mucho. Estos datos nos indican que para un buen sector de artesanos el negocio es más estacionario que sostenido y permanente. Es decir, depende por una lado de la demanda estacional del mercado (épocas de turismo) que de una lógica empresarial innovadora y permanente. Este rasgo también se pone de manifiesto en la pregunta sobre la solvencia económica de la unidad el 60% de conductores respondieron que no tienen solvencia económica y que la actividad es solo para la subsistencia, el 28% indicó que es poco solvente y solo el 12% indicó que es solvente.

Estos últimos datos nos indican que en estas unidades económicas existen dos tipos de mentalidades económicas, por un lado, en forma mayoría se hallan las unidades de subsistencia en la prima una mentalidad de subsistencia donde el "...el objetivo fundamental si no el exclusivo es la auto creación de un ingreso de tipo laboral para el propietario que supla la reproducción de su

grupo familiar (nivel normal de consumo del hogar).²⁰, Estas no tiene como finalidad principal la reproducción ampliada y el crecimiento económico de la unidad u empresa. Por otros, lado una significativa proporción de unidades son micro empresarial que buscan:

“...maximizar el ingreso total generado por el establecimiento y de aprovechar mejor las habilidades laborales adquiridas. Dicho de otra forma, en este último grupo se perfila la existencia de una lógica orientada a aprovechar las oportunidades que brinda el mercado de bienes y servicios, en cambio para el primer grupo de productores (de sobrevivencia) se trata sobre todo de apoyarse sobre sus propios recursos (y fundamentalmente sobre su fuerza de trabajo) para satisfacer sus necesidades.”²¹

Cuadro N° 28
Mejoramiento del negocio en los últimos 5 años y solvencia económica de la unidad

Situación de mejoramiento	Nº	%
Ha mejorado mucho	5	10,0
Ha mejorado poco	17	34,0
No ha mejorado nada	28	56,0
Total	50	100,0
Solvencia	Nº	%
Económicamente solvente	6	12,0
Poco solvente	14	28,0
Solo es para subsistencia	30	60,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Por lo general, en muchas zonas rurales del país, en las actividades artesanales han venido siendo una opción económica para los campesinos. Tradicionalmente se las considerado como una actividad complementaria de la agricultura, los que une muchos casos les permitía una hacerse de recursos monetarios durante el año. En el caso de la producción artesanal platera de San Jerónimo de Tunan, la lógica de la artesanía como actividad complementaria de la agricultura, ya no funciona, solo el 20% de los artesanos indican que tienen como otra actividad fuera de la artesanal a la agricultura, el 14% indica al comercio y un mayoritario 66% señala que no tiene ninguna otra actividad, es decir que la única fuente empleo e ingresos es la actividad artesanal. Como se puede notar para este caso en estudio la artesanía ya no viene a ser una actividad completaría de la agricultura, como si los fue hace muchos años y como aún lo es en muchas zonas rurales del valle y del país. La razón parece ser que el proceso de urbanización experimentado en este distrito, la migración hacia otras zonas del país de gran parte de su población, la presencia de población emigrante de otras localidades como de comas en este distrito ha modificado la estructura ocupacional de su población, donde la artesanía platera es la actividad de un pequeño sector, primando en ella más una lógica de sobrevivencia que de emprendimiento empresarial.

²⁰ Carlos Briones. Transformación Productiva y Microempresas. P. 3

²¹ Ob. Cit. P. 3

Cuadro N° 29
Otras actividades fuera del trabajo artesanal

Actividad	Nº	%
Ninguno	33	66,0
Agricultura	10	20,0
Comercio	7	14,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

4.5. Mercado en que se vende los productos artesanales de platería: formas de comercialización y estrategias de venta

En el concepto moderno el mercado es definido como todo lugar, físico o virtual donde existe por un lado exista la presencia de compradores con deseos y necesidades o deseos específicos que buscan ser satisfechos por medio del intercambio. Y por otro lado, la de vendedores que pretendan satisfacer esas necesidades mediante un producto o servicio. Por tanto el mercado es el lugar donde se produce intercambios de bienes y servicios y de títulos de propiedad.²² Desde las ciencias sociales:

“... el mercado es una institución que integra actividades de las empresas y de las economías domésticas por medio del precio relativo: este puede ser formal o informal, libre o administrado por una institución pública o privada por una gremio de productores o por una combinación de ambas y puede tener una amplitud local, regional, nacional e internacional. De hecho en los mercados juegan papeles diversos, tanto del sector privado, productores e intermediarios, como del Estado y las organizaciones de productores en los temas como la fijación de precios, la información, la calidad de los productos transados, la inversión pública en infraestructura el establecimiento de normas, etc.”²³

Como hemos visto hasta aquí, la mayoría de las unidades económicas de artesanía del distrito de San Jerónimo de Tunan debido a su forma de organización, actividades y producción a baja escala, por su naturaleza son economías informales y subsistencia, al igual que cualquier otra unidad económica requieren para su existencia y un mercado donde vender sus productos. Los mercados en los cuales estos artesanos venden sus productos son para el 42% el mercado nacional, es decir que sus productos se venden en Lima y otras regiones del Perú. El 26% indica que vende en el mercado local (San Jerónimo, Ciudad de Huancayo). Un 18% señala que vende en el mercado regional (principales ciudades de la región centro) y un 14% señala que vende en el mercado internacional (Estados Unidos, Europa)

²²Concepto de mercado. En: <http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>

²³ Manuel Chiriboga. Cadenas de valor y pequeños productores. Pp. 51-52

Cuadro Nº 30
Mercados en la que venden sus productos

Mercados	Nº	%
Local	13	26
Regional	09	18
Nacional	21	42,0
Internacional	7	14,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Así mismo, en cuanto a los lugares de comercialización de sus productos, en el cuadro Nº 31 se observa que la mayoría de conductores de las unidades económicas de productos artesanales, en un 58% comercializa su producción en forma directa en sus establecimientos y el 42% restante lo hace en establecimientos, ferias provinciales y a nivel nacional.

En cuanto a las formas de comercialización, en el cuadro Nº 31 se observa que el 60% de los conductores de las unidades económicas (artesanos), comercializan sus productos en forma directa, el 22% de otras formas por medio de sus redes familiares e Internet y el 18 a través de comerciantes intermediarios ubicados a nivel local, regional y nacional

Las unidades artesanales de platería manejan básicamente la estrategia de comercialización más la pasiva que la activa.

La estrategia pasiva consiste en “esperar” que los clientes se acerquen al taller o establecimiento para encargar trabajos o comprar los productos existentes. Esta estrategia es más funcional para aquellas unidades que han logrado cierto prestigio y reconocimiento por la gozan de un nombre y una reputación que le permita ser conocida por el mercado. Estas son unas cuantas.

Este tipo de estrategia tiene la característica de tener bajos costos de comercialización ya que casi no existen gastos de movilidad y por lo general el personal que atiende a los clientes dentro de la empresa son los mismos miembros de la familia un sin un sueldo fijo ni comisiones.

Esta estrategia va totalmente en contra de cualquier objetivo de crecimiento y de supervivencia de la unidad económica pero es importante mencionarla porque hay muchas empresas artesanales de este distrito siguen únicamente estas prácticas de ventas.

La estrategia activa, lo utilizan parcialmente y esporádicamente, cuando salen a la búsqueda de mercados y clientes a las ferias promocionales de productos artesanales diversos.

Cuadro Nº 31
Lugares y formas en la que comercializan sus productos

Lugares	Nº	%
Establecimientos	29	58,0
Establecimientos y ferias	21	42,0
Total	50	100,0
Formas	Nº	%
En forma directa	30	60,0
Con intermediarios	9	18,0
Otros	11	22,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

Cuadro Nº 32
Forma o estrategias para vender y afrontar la competencia

Forma	Nº	%
Vendiendo más barato	7	14,0
Ofreciendo buen prod.	21	42,0
Mejorando la calidad del producto	20	40,0
Otro	2	4,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)

En cuanto a la competencia que tienen estas unidades económicas, a nivel local la competencia es entre productores o comercializadores de estos productos, a nivel nacional compiten con la producción artesanal de joyas de plata y oro de Catacaos (Piura), Cajamarca, Cuzco, entre otros. Cabe indicar que la competencia más dura que tienen que afrontar estos productores y comercializadores de San Jerónimo de Tunan, son con los productos de joyería de fantasía que han invadido el mercado nacional en todas sus dimensiones regional y local. Estos por su material y origen industrial son más baratos que los productos de origen artesanal.

Para hacer frente estas competencias en el cuadro Nº 32 se observa que el 42% de los conductores de las unidades económicas, enfrentan a la competencia ofreciendo un buen producto, el 40% mejorando la calidad del producto, el 14% vendiendo más barato y el 4% usa otras estrategias. Cabe indicar que estas estrategias en la mayoría de unidades obedecen más a lógicas intuitivas que a una lógica propia de una racionalidad económica empresarial que si lo tiene un pequeño sector de estas unidades.

Cuadro Nº 33
Medios de promoción de sus productos

Medios	Nº	%
Exhibiendo en el establecimiento	23	46,0
Participando en ferias	21	42,0
Por Internet	6	12,0
Total	50	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a conductores de las unidades artesanales de San Jerónimo de Tunan, Huancayo – Perú (2015)



*LINES DE ACTUACIÓN
PARA*

***LA ASOCIACIÓN DE
ARTESANOS
FILIGRANISTAS
ORFEBRES EN
PLATA DE SAN
JERÓNIMO DE
TUNAN***



LÍNEAS DE ACTUACIÓN PARA EL SECTOR ARTESANAL - ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN - PERÚ

Las líneas de actuación para el sector Artesanal de Perú se configura como instrumento esencial para que el sector de artesanos filigranistas, orfebres en plata de San Jerónimo de Tunan - Perú, en el futuro próximo tome el posicionamiento económico, empresarial, tecnológico, comercial y cultural que le corresponde como sector económico de futuro en el marco de la economía global y de los nuevos mercados.

El principio esencial es consolidar la artesanía, integrarla en el ciclo económico, mejorar su entorno comercial, favorecer su acceso a la innovación tecnológica y facilitar la mejora de la gestión empresarial y comercial.

Las Líneas de acción presentadas establecen unas estrategias de fomento que permiten cumplir los objetivos generales y específicos planteados anteriormente mediante el desarrollo de cinco áreas de actuación.

Todas las actuaciones tienen un ámbito territorial de aplicación, afectando indistintamente a todo el territorio de San Jerónimo de Tunan - Perú.

5.1. Área I - Estructura Sectorial

En este área se propone el desarrollo de acciones muy concretas para la mejora de la dotación de medios humanos y técnicos del área de artesanía de San Jerónimo de Tunan - Perú, así como líneas de apoyo que impulsen la regularización administrativa de gran parte de los artesanos que operan en la actualidad en la Asociación de artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan - Perú.

Se propone una revisión del marco normativo y un impulso al asociacionismo como elemento de cohesión del sector.

También se propone la actualización de medidas e instrumentos de comunicación e información para posibilitar mejores opciones de competitividad en la gestión empresarial.

Relación con el diagnóstico situacional

La desestructuración del sector artesanal se revela como una de sus principales debilidades, con vistas a afrontar los retos que se le presentan y a garantizar su supervivencia en condiciones de competitividad.

Esta debilidad estructural se manifiesta en su atomización y diversidad, el pequeño tamaño de las empresas que limita su volumen de producción y sus posibilidades de acceder a ciertos canales de comercialización y financiación y el bajo nivel de asociacionismo y de cultura empresarial junto con un grado de informalidad elevado. Otros factores de preocupación son la elevada edad media de los titulares de las empresas y la falta de relevo generacional, lo que provoca la pérdida de conocimientos y oficios tradicionales.

Las líneas de Actuación para el sector artesanal, busca paliar estas debilidades al tiempo que potenciar las fortalezas. Entre ellas se cuentan la alta valoración

que la población de San Jerónimo Tunan tiene de la artesanía, que siente como propia y parte de su patrimonio colectivo, y la relación respetuosa de esta actividad con su entorno, especialmente en el medio rural, donde contribuye de manera significativa al arraigo de la población.

Objetivos específicos:

1. Proponer a las autoridades competentes la revisión normativa y la formación de sus técnicos
2. Fomentar el asociacionismo y las nuevas incorporaciones al sector.
3. Conseguir información suficiente y actual sobre el sector y mejorar la comunicación intrasectorial y extra sectorial.

5.1.1. Línea de actuación: Organización del Sector.

Acciones. Apoyar la ordenación del sector artesanal mediante la puesta en práctica de las siguientes acciones:

- A. Adecuar la dimensión del área de artesanía de San Jerónimo de Tunan a las especificidades y complejidad del sector.
- B. Programar formación específica sobre el sector para los técnicos de la Municipalidad de San Jerónimo de Tunan y del Gobierno Regional Junín.
- C. Reestructuración de los Sistemas de Información.
- D. Reestructuración de la Comisión Municipal de Artesanía (Dirección de Economía y Desarrollo Social).

Beneficiarios: El principal beneficiario es la Asociación de artesanos filigranistas, orfebres en plata de San Jerónimo de Tunan, La dirección de Economía y desarrollo social de la Municipalidad Distrital de San Jerónimo de Tunan, Los Gobiernos Regionales, artesanos varios y MYPES dedicadas a la artesanía.

El Área de acción I y sus líneas de actuación persiguen la creación de la infraestructura administrativa básica que permitirá la ejecución de un desarrollo de la Artesanía. Las acciones A y B pretenden dotar a la administración autonómica de los efectivos humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha de las líneas de acción, su seguimiento y valoración. El punto C permitirá la simplificación administrativa a la vez que contribuirá a la obtención de datos actualizados y fiables sobre el sector, ya que dentro de este punto se contempla el desarrollo de las herramientas informáticas que den soporte al Registro de Artesanía de San Jerónimo de Tunan.

Lo mismo puede decirse del resto de líneas de este Área de acción: la revisión de la normativa y la reestructuración de la Comisión Municipal de la Artesanía suponen la definición del marco de actuación para el resto de acciones.

5.1.2. Línea de actuación: Regulación y cohesión sectorial.

Acciones: Apoyar la regularización del sector y fomentar el asociacionismo, mediante las siguientes acciones:

- A. Adaptación de la actividad artesana a la normativa legal.
- B. Incrementar la cohesión asociativa del sector.

C. Fomentar las nuevas incorporaciones al sector artesano.

Beneficiarios: el primer beneficiario es la Asociación de artesanos filigranistas, orfebres en plata de San Jerónimo de Tunan, además se benefician la Municipalidad de San Jerónimo de Tunan, Gobierno Regional de Junín, artesanos, empresas artesanas y asociaciones profesionales de artesanos. Nuevos artesanos, estudiantes.

La línea de actuación Regulación y cohesión sectorial. Persigue la adaptación del sector artesanal a la normativa legal, con el objeto de favorecer el idóneo desarrollo del sector, profesionalizar la actividad artesana y mejorar la calidad de vida de las personas que se dedican al ejercicio de su actividad. De igual modo, también se pretende incrementar la cohesión asociativa del sector y contar con nuevas incorporaciones al mismo, rejuveneciéndolo y manteniendo oficios, técnicas y actividades. En este orden de ideas, cabría señalar que esta línea de actuación comparte sinergias con la línea de actuación: Organización del Sector.

5.2. Área II - Comercialización y Marketing

Esta área comprende un conjunto de acciones que tienen como finalidad dar respuesta al objetivo “Mejorar la comercialización de los productos de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú”.

La consecución de este objetivo se instrumentaliza a través de varias líneas de acción que buscan la creación de una cultura artesana competitiva, la promoción de la imagen corporativa de los talleres, la creación y promoción de marcas de garantía y calidad, el control de la comercialización fraudulenta de productos supuestamente artesanos, el conocimiento de los mercados y el desarrollo de nuevos canales y técnicas de comercialización.

Relación con el diagnóstico situacional

La comercialización del producto artesanales de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú muestra una excesiva dependencia del mercado local. Al mismo tiempo existe una clara deficiencia en la utilización de las herramientas de marketing y comunicación del producto y en el conocimiento de la situación de la oferta y la demanda.

El sector se enfrenta además a la competencia de las importaciones a bajo precio, a los cambios en los hábitos de consumo y a la crisis, o por lo menos estancamiento, de su canal de ventas más utilizado: las ferias de artesanía de venta directa.

Por otra parte del diagnóstico se desprende la existencia de factores altamente positivos, como son la existencia de puntos de venta institucionales donde el producto se expone adecuadamente y los márgenes de comercialización son favorables para las empresas, la posibilidad de explotar las artesanías con sectores emergentes como el turismo cultural y rural, la utilización de las nuevas tecnologías para la promoción y la venta y la aparición de un nuevo tipo de consumidores que valoran la personalización, la sensibilidad medioambiental y la trazabilidad de los productos, características todas ellas del producto artesano.

Objetivos específicos:

- Impulsar el desarrollo de la imagen de los talleres artesanos y de marcas de garantía y calidad.
- Incrementar los canales y modernizar las técnicas de comercialización de los productos artesanos.
- Mejorar la gestión de la actividad artesana desde un enfoque empresarial.

5.2.1. Línea de actuación: Promoción del sector.

Acciones. Se facilitará la competitividad comercial de las empresas artesanas en base a las siguientes acciones:

- A. Promoción y publicidad de la marca Artesanía “San Jerónimo de Tunan”.
- B. Impulsar la creación de certificaciones de calidad.
- C. Promocionar la imagen corporativa de los talleres.
- D. Diseñar un protocolo de acción contra el fraude en la comercialización de productos artesanos.

Beneficiarios: la Asociación de Artesanos, empresas artesanas, asociaciones profesionales de artesanos y entidades que tengan como objetivo el fomento de la artesanía.

La línea de actuación “Promoción del sector” persigue fundamentalmente promocionar y publicitar la marca Artesanía San Jerónimo de Tunan, proporcionar una certificación de autocontrol de la calidad y promocionar la imagen corporativa de los talleres.

5.2.2. Línea de actuación: Diversificación y apertura comercial.

Acciones. Se apoyará la diversificación de canales de comercialización mediante las siguientes acciones:

- A. Realización de estudios de mercado.
- B. Promover las ferias como medio de expansión comercial, creando certificaciones de calidad de las mismas.
- C. Ayudas a la participación de los artesanos en ferias profesionales, nacionales e internacionales.
- D. Apoyo a la realización de estudios de diagnosis comercial y planes de comercialización de los talleres artesanos.
- E. Impulsar las acciones de vinculación de la artesanía y el turismo.
- F. Mejorar las oportunidades de comercialización del sector mediante la configuración de un sistema fiscal más favorable y el uso del marketing.
- G. Instauración y promoción del regalo institucional.
- H. Apoyo al desarrollo de web promocionales y del Comercio Electrónico.

Beneficiarios: La asociación de Artesanos, empresas artesanas y asociaciones profesionales de artesanos de San Jerónimo de Tunan.

La línea de actuación: Diversificación y apertura comercial pretende incrementar el conocimiento existente sobre el sector artesano, conocer las tendencias del mercado así como las tipologías y necesidades de la demanda de la artesanía e incrementar los canales de distribución para los artesanos, todo ello mediante la realización de estudios sobre el sector. En este sentido, esta línea de actuación también presenta acciones destinadas a la promoción de las ferias como medio de expansión comercial, la promoción de la participación de artesanos en ferias profesionales nacionales e internacionales, la mejora del sector mediante asistencia técnica, la comercialización vinculada al turismo, la mejora de las oportunidades de comercialización, el fomento de la artesanía como regalo institucional y el desarrollo del comercio electrónico.

5.2.3. Línea de actuación: Gestión de la empresa artesana

Acciones. Se apoyará la implantación de una gestión empresarial eficaz mediante la siguiente acción:

- A. Apoyar la formación de los artesanos en técnicas de gestión empresarial.

Beneficiarios: Asociación de Artesanos y Empresas artesanas del Perú.

Esta línea de actuación se relaciona en cuanto a los objetivos que persigue tanto con líneas de su misma área de actuación como con otras líneas de las restantes Áreas: línea de Regulación o cohesión sectorial, de Actualización de la información sobre el sector, de Promoción del sector, de Diversificación y apertura comercial, de Incorporación de las nuevas tecnologías y, Área de acción de Producto.

5.3. Área III - Nuevas tecnologías

El área de Nuevas tecnologías se configura como un proceso sistemático de investigar, conocer y detectar los diferentes elementos de la innovación tecnológica, con la finalidad de facilitar el acceso a los mismos y la correspondiente aplicación por el sector artesanal.

Se orienta a la aplicación de programas de acción, investigación, detección, acceso tecnológico e itinerario de procesos de aplicación en Innovación y Tecnología.

Relación con el diagnóstico situacional

Los talleres artesanales de la Asociación de los artesanos filigranistas orfebres en plata de san Jerónimo de Tunan– Perú, se caracterizan por una débil implantación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, en aquellos casos en los que se utilizan, su uso no está optimizado. Por otra parte, su empleo abre expectativas muy favorables al sector, formado en su mayoría por microempresas que no tendrían recursos para obtener de otro modo la información y la proyección que pueden lograr mediante la explotación de las posibilidades que ofrecen, tanto en el ámbito de la comercialización como en el de la gestión, diseño y producción.

Objetivos específicos:

Incrementar el conocimiento y utilización de las tecnologías de las nuevas tecnologías por parte del sector artesano.

5.3.1. Línea de actuación: Incorporación de las nuevas tecnologías.

Acciones. Se potenciará la incorporación y optimización del uso de las nuevas tecnologías a través de las siguientes acciones:

- Análisis sobre el uso de las nuevas tecnologías en el sector artesanal.
- Medidas de apoyo a la alfabetización digital.
- Ayudas a la inversión en equipos y programas.
- Ayudas para el desarrollo de servicios web.

Beneficiarios: La Asociación de Artesanos, empresas artesanas y asociaciones profesionales de artesanos de San Jerónimo de Tunan.

El Área de acción contempla acciones dirigidas al análisis tecnológico con el objeto de conocer el grado de incorporación de las nuevas tecnologías en los talleres artesanales así como las necesidades de formación de los artesanos en nuevas tecnologías. Además, se contemplan la alfabetización digital con la finalidad de capacitar a los artesanos en el uso de las nuevas tecnologías y dar a conocer las ventajas de las mismas. De igual modo, otra de las acciones que comprende la línea va dirigida a dotar a los artesanos y empresas artesanas del equipamiento necesario e incrementar el número de páginas web entre el sector y la calidad de las mismas.

5.4. Área IV - Producto

El área de producto se orienta a desarrollar y favorecer las condiciones estructurales y las infraestructuras para conseguir una correcta producción.

Por otro lado, el área se enfoca a definir y promover la aplicación de procesos de investigación y diseño, tanto en las producciones tradicionales como en las innovadoras, determinándose también la necesidad de una política de promoción y comunicación.

Relación con el diagnóstico situacional

Algunas de las debilidades del producto artesanal se basan en que, con frecuencia, no está orientado al consumidor, la oferta innovadora es escasa y, en ocasiones, se ofrece un producto poco diferenciado. Además existen dificultades para el abastecimiento de determinadas materias primas. Todas las carencias señaladas en el área de Comercialización y Marketing afectan directamente a la percepción del producto por parte de los consumidores.

En cuanto a las fortalezas, destaca el perfecto conocimiento de técnicas y materiales de la artesanía tradicional y el alto grado de reconocimiento público de aquellos productos más característicos de la artesanía.

Objetivos:

- Mejorar las infraestructuras productivas y los procesos de producción, adecuándolos a los requerimientos legales.
- Conseguir la diversificación del producto y su adecuación a los nuevos gustos mediante el incremento de la utilización del diseño.

5.4.1. Línea de actuación: Reestructuración y mejora de las infraestructuras productivas, instalaciones y productos.

Acciones. Se buscará un incremento de la productividad y la seguridad mejorando las instalaciones de los talleres al tiempo que se favorecerá la introducción de la innovación y el diseño mediante las siguientes acciones:

- A. Apoyo a la modernización de los talleres artesanales.
- B. Apoyo para la adaptación de los talleres a la normativa medioambiental, de riesgos laborales y de trazabilidad.
- C. Apoyo a la realización de nuevas producciones.
- D. Apoyo a acciones de incorporación del diseño al producto.

Las acciones que comprende el Área de acción “Producto” se dirigen a promocionar los centros de actividad, mejorando las condiciones del lugar de trabajo de los artesanos, favoreciendo la adquisición de herramientas y mejorando su competitividad. De igual modo, también se contemplan acciones encaminadas a la diversificación y diferenciación de los productos artesanales, alentando la innovación y fomentando la cultura de la colaboración. Además, otras de las acciones propuestas se dirigen a incorporar el diseño al producto y a adaptar los talleres artesanos a la normativa vigente en cuestiones medioambientales, de riesgos laborales y de mejora de gestión de los residuos.

Respecto a la línea de actuación: Reestructuración y mejora de las infraestructuras productivas, instalaciones y producto, hay que señalar que comparte objetivos y que se relaciona en cuanto a sus fines con las líneas de actuación de Diversificación y apertura comercial y de Gestión de la empresa artesana del Área de acción Comercialización y Marketing, con la línea de actuación de Incorporación de las nuevas tecnologías y con la línea de Mejora de la capacitación de los artesanos.

Beneficiarios: Asociación de Artesanos, empresas artesanas y asociaciones profesionales de artesanos diversos del Perú.

5.5. Área V - Formación

El aspecto formativo se contempla, en primer lugar como una necesidad más en cada área a desarrollar, especificando el tipo de formación concreta.

Por otro lado la formación continua se contempla de forma transversal al resto de áreas. Es el medio imprescindible para contribuir a que la artesanía pueda ser competitiva, mediante la capacitación en gestión empresarial, tecnológica y comercial de todos los integrantes del sector, profesionales del entorno y en particular los titulares de talleres.

El programa transversal que define esta área se sustenta en el afianzamiento de la formación reglada a través de Sistema de Cualificaciones Profesionales, la formación técnica subsectorial y por último la formación en gestión empresarial.

El diagnóstico ha detectado en las empresas artesanas fuertes carencias de formación en gestión empresarial, diseño, marketing y nuevas tecnologías, así como dificultades para acceder a la formación continua y perfeccionarse en el oficio. Sería conveniente además, potenciar la relación entre el sector artesano y el de la enseñanza en todos sus niveles.

Objetivos:

Fomentar la capacitación de los artesanos mediante la utilización de la formación transversal, intersectorial y reglada.

5.5.1. Línea de actuación: Mejorar la capacitación de los artesanos.

Acciones. Se favorecerá la capacitación de los artesanos mediante las siguientes acciones:

- A. Apoyo a la Formación Transversal.
- B. Apoyo al aprendizaje intersectorial: formación en el oficio artesanal.
- C. Desarrollar oferta formativa que permita el acceso a los Certificados de Profesionalidad.

Beneficiarios: Asociación de artesanos, empresas artesanas y asociaciones profesionales de artesanos de San Jerónimo de Tunan. Estudiantes y escuelas de Arte y Superiores de Diseño y de Formación Profesional. Departamentos universitarios relacionados con la artesanía.

El Área de acción Formación contempla la línea de actuación. Mejora de la capacitación de los artesanos mediante diversas acciones que engloban la formación transversal con el objeto de incrementar la competitividad de los artesanos y la formación a los mismos en elementos transversales. Así mismo, esta línea de actuación también contempla acciones de aprendizaje intersectorial con el objeto de incrementar el conocimiento de los artesanos en técnicas tradicionales y preservar el acervo cultural. Las acciones de formación reglada también son consideradas.

Hay que señalar que la línea de actuación se relaciona en cuanto a sus objetivos con otras líneas de actuación como son la línea de Promoción del sector, la línea de Diversificación y apertura comercial y línea de Gestión de la empresa artesana.

**PROPUESTA DE RED EMPRESARIAL PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS
FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN,
PROVINCIA DE HUANCAYO, REGIÓN JUNÍN – PERÚ**

Implementación de la red empresarial

Resulta evidente que el nuevo entorno económico brinda nuevas oportunidades a los productores de bienes y servicios, los cuales tienen frente a ellos un mundo de posibilidades ante las nuevas necesidades y exigencias de un consumidor más exigente e informado.

Sin embargo, para responder a estas oportunidades, no serán suficientes las actuales condiciones de producción y comercialización, ya que resulta indispensable mejorar la calidad de los productos y servicios para responder a las necesidades del consumidor, así como diversificar la oferta fomentando la innovación y entrar en nuevos mercados con precios competitivos.

Para lograr ello no sólo es necesario mejorar la gestión administrativa de la asociación, sino específicamente de las unidades artesanales que la conforman. Existe la alternativa de formar, a través de la asociatividad, una red empresarial que permita conseguir de manera colectiva, entre los agentes involucrados, las mejoras necesarias para aprovechar las oportunidades que este nuevo entorno ofrece.

Como se ha tratado en el capítulo IV, correspondiente al diagnóstico situacional de la Asociación De Artesanos Filigranistas Orfebres En Plata De San Jerónimo De Tunan, se ofrece una alternativa a las unidades artesanales (pequeñas y medianas empresas que conforman la asociación) a fin de que puedan superar las limitaciones de capacidad de productividad que las caracteriza y, a través de la articulación de los, agentes de la red, lograr ser más competitivos en el mercado. A través de la formación de redes empresariales, las pequeñas y medianas empresas lograrán ingresar a nuevos mercados, ampliar su economía de escala, acelerar su proceso de aprendizaje e intercambio de experiencias e incrementan su poder de negociación con los demás agentes involucrados. Aplicar dicha alternativa constituye una alternativa de desarrollo para los Asociación De Artesanos Filigranistas Orfebres En Plata De San Jerónimo De Tunan

PROPUESTA DE RED EMPRESARIAL

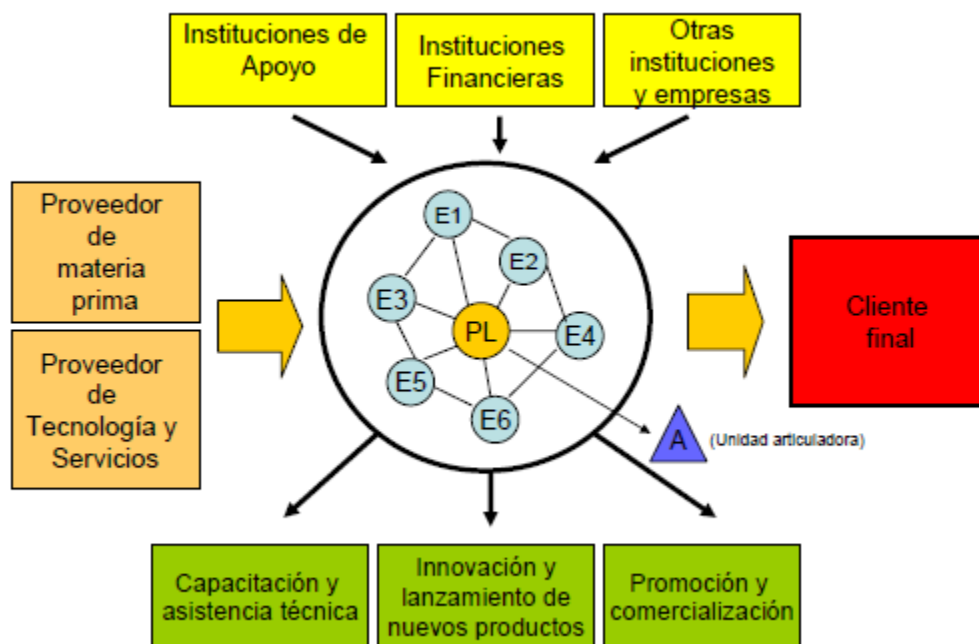
El modelo propuesto en el presente Informe de consultoría tiene como núcleo a una red empresarial horizontal constituida por un conjunto de empresas unidas mediante lazos de confianza, por un objetivo común; y, a su vez, está conformada por una red empresarial vertical en la que se interrelacionan otros agentes a la red, como son:

Los proveedores, las instituciones de apoyo, las instituciones financieras, la empresa comercializadora y el cliente final.

La red a formar estaría determinada de la siguiente manera:

Misión	Elaborar Productos de alto valor agregado, fomentando para ello el desarrollo de los pequeños y medianos productores que participan en el sector de joyería de plata de san Jeronimo, a través de la capacitación, especialización e implementación de tecnología que les permita desarrollar sus habilidades; obteniendo así el crecimiento económico del sector y teniendo como principio que el esfuerzo y compromiso en el trabajo permitirá alcanzar la obtención de dichos objetivos.
---------------	---

Visión	<p>Ser reconocido como uno de los tres mejores sectores productivos a nivel nacional, caracterizado por la producción de joyas de plata de alta calidad y valor agregado, con una participación importante en las exportaciones totales del país que nos permita ser reconocidos a nivel mundial como los mejores 50.</p> <p>Productores de joyería de plata a nivel latinoamericano en los próximos 10 años, colaborando así con en el desarrollo económico del Perú.</p>
Valores	<p>Las bases que guiarán el comportamiento a seguir para el sector de joyería de plata son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo: Honesto y comprometido como herramienta básica para obtener los objetivos comunes trazados. - Igualdad de oportunidades: Confianza en la calidad del trabajo de las empresas que forman parte de la red empresarial, brindándoles las herramientas necesarias a fin de lograr el desarrollo de habilidades y destrezas. - Confianza: Lograr que las empresas desarrollen lazos de confianza que les permita trabajar de manera conjunta, a fin de integrar sus esfuerzos con el propósito de ejecutar proyectos que complementen las capacidades productivas y obtener así ventajas económicas a corto y mediano plazo. - Calidad: A través de una capacitación adecuada que permita ofrecer productos de alto valor agregado, a fin de que se pueda competir en el mercado global y que responda a los estándares internacionales requeridos en la industria. - Innovación: Se aplicará de manera conjunta las nuevas técnicas y diseños que respondan a las nuevas tendencias internacionales, con el objetivo de brindar una oferta apreciada en los mercados internacionales. - Se incide mucho en fomentar la confianza entre los integrantes de la red, principalmente en las empresas productoras de plata y en las instituciones de apoyo para de evitar algún tipo de comportamiento oportunista que bloquee las iniciativas de cooperación. Para incrementar la confianza y consolidar la red de empresas, se establecen reglamentos escritos, funciones y facultades sobre las iniciativas del grupo y actividades que faciliten el conocimiento mutuo, a fin de mostrar las ventajas de la colaboración que fomenten la confianza e impulsen los proyectos estratégicos.
Objetivos	<p>Corresponde a los objetivos a largo plazo propuestos para los próximos cinco años, definidos de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incrementar el número de unidades artesanales que conforman la asociación a la exportación de joyería de plata en un 20%. - Desarrollar la capacidad de innovación y nuevas técnicas de creación de joyas de plata artesnales que consideren las tendencias del mercado. - Promover la creación de 20 redes empresariales de joyería de plata en San Jerónimo de Tunan. - Lograr que el joyero artesano alcance el 20% de participación en las ventas de los productos.



Propuesta de red empresarial para la asociación de Artesanos Filigranistas Orfebres en Plata de San Jerónimo de Tunan, Provincia de Huancayo, Región Junín – Perú

A. Red empresarial horizontal

La red empresarial horizontal estará constituida por su conjunto de las unidades artesanales (Pequeña y Micro empresa) porque tienen similitudes en cuanto a capacidades productivas, económicas y de conocimientos y habilidades, unidas por un objetivo común que puede ser el de generar una oferta exportable de alto valor agregado.

Como se menciona en el capítulo IV, las unidades artesanales que conforman la Asociación de Artesanos Filigranistas Orfebres en Plata de San Jerónimo de Tunan, Provincia de Huancayo, Región Junín – Perú, se caracterizan por la producción a pequeña escala, con escaso desarrollo de la calidad y diseño, correspondiendo principalmente a grupos familiares que producen en virtud de los conocimientos transmitidos a través de generaciones. En tal sentido, la forma en que estas empresas pueden contrarrestar dichas limitaciones es a través de la asociatividad, mediante la cual comparten tanto riesgos como beneficios en forma conjunta. Es decir funcionar como Asociación que son y no individualmente.

Son encuentra limitadas las condiciones en que se desarrolla la producción: talleres pequeños y sin la implementación de tecnología adecuada; personal con conocimientos adquiridos básicamente por la experiencia en el oficio, más no por una capacitación adecuada, que trabaja, en muchos de los casos, sin las condiciones laborales establecidas por nuestro ordenamiento legal.

Si bien esta es algunas de las principales condiciones actuales en que la Asociación artesanal vienen desarrollando su producción de joyas de plata en San Jerónimo de Tunan – Perú, es factible considerar que el trabajo coordinado entre un grupo determinado de estas empresas, a través de la

formación de una red empresarial, permitiría obtener una producción mayor y más eficiente, logrando así los objetivos definidos inicialmente.

El conocimiento que tienen sobre el trabajo del material y la mano de obra son un elemento importante para considerar la posibilidad de dar un valor agregado al producto que pueda corresponder a las necesidades del consumidor actual, especialmente en el extranjero, en donde la elaboración a mano de la joya es altamente valorada, sobre todo en sociedades donde este estilo de trabajo ha sido reemplazado hace mucho por las máquinas.

Según la Dra. Anna María Fontana, directora de Proyección y Desarrollo de la Scuola d'Arte e Mestieri di Vicenza (Italia), lo que deben hacer las empresas para lograr la competitividad deseada es utilizar diseños que tengan bases en las culturas milenarias de los países latinoamericanos y plasmarlos en joyas, pero con estilos modernos; es decir, con innovación. Existe actualmente en las universidades de Italia una tendencia en los diseñadores por estudiar las manifestaciones de arte de las culturas antiguas, como por ejemplo los arcos romanos o esculturas famosas, y plasmarlas en diseños modernos de joyas, las que tienen una enorme aceptación en mercados tan exigentes como el europeo y el americano.

La actuación coordinada entre la red de empresas ayudará a incrementar la productividad y permitirá reducir los costos que actualmente afrontan y, especialmente, brindará la posibilidad de lograr una escala productiva suficiente para su exportación; de continuar con la producción de manera individual difícilmente se logrará.

Esta producción coordinada sería facilitada por la ubicación geográfica de los productores joyeros, los cuales, como mencionamos anteriormente, se encuentran en la mayoría de distritos que corresponden a San Jerónimo de Tunan.

Existen actualmente concentraciones de las unidades artesanales (pequeñas y medianas empresas) distribuidoras de joyas de plata; por ejemplo, los artesanos joyeros de la Av. Arequipa en San Jerónimo de Tunan. Sin embargo, a pesar de su cercanía, no tienen relaciones directas y más bien existe entre ellos una disputa en cuanto a la oferta que presentan, generando una intensa guerra de precios por ganar clientes. Esto daña el mercado, pues los montos bajan a casi el precio de costo de la joya. A esto se aúna la presencia de joyeros informales que ingresan al mercado productos de mucho menor precio pero de deficiente calidad.

La estructura que se plantea para la red horizontal se basa en el objetivo principal del negocio; es decir, en la producción de una oferta exportable que beneficie a pequeñas y medianas empresas. En tal sentido, para lograr la ansiada asociatividad entre ellas, se plantea la creación de los siguientes agentes que conformarán la red, cuya función principal será conseguir la articulación de esta en un período máximo de 3 años; al término de estos la red debe conseguir obtener un auto sostenimiento que permita, finalmente, incrementar el número de empresas exportadoras de un producto con valor agregado al mercado externo.

B. Red empresarial vertical

Considerando que uno de los objetivos de la red horizontal está referido a la producción de una oferta exportable que beneficie a las unidades artesanales

medianas y pequeñas productoras de joyas de plata de San Jerónimo de Tunan, la formación de una red vertical que favorezca y facilite dicho objetivo constituye una alternativa que debe considerarse, y que permitirá no sólo reducir los costos de la red horizontal, respecto a las diferentes adquisiciones de bienes y servicios con sus proveedores, sino que le permitirá llegar directamente al consumidor final; en este caso al consumidor extranjero, meta de la exportación del producto.

De esta manera los objetivos de esta red serán:

- La reducción de costos de adquisición de bienes y servicios con proveedores
- Facilitar la obtención de dichos bienes y servicios que impliquen tanto materia prima como tecnología, capacitación y manejo administrativo idóneo
- Facilitar la negociación directa de la red horizontal de productores de joyas de plata con el mercado meta establecido, abaratando costos de transacción e intermediarios y logrando mayor beneficio para los agentes que conforman la red

AGENTES INVOLUCRADOS EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA RED

Los agentes que formarán parte de esta red vertical son los siguientes:

a) Proveedores de materia prima:

Actualmente la provisión de materia prima constituye un problema que afrontan las medianas y pequeñas empresas productoras de joyas de plata San Jerónimo de Tunan, no sólo porque la efectúan de manera individual, elevando así los costos de transacción, sino debido a las pocas alternativas que existen en el mercado para conseguir los recursos que estén correctamente certificados.

Esto ocurre a pesar de que en el mercado interno existe una cantidad importante de plata como recurso; no olvidemos que el Perú ocupa el segundo lugar como productor de plata en el mundo.

Este problema resulta de vital importancia considerando que la calidad del material es determinante en la calidad futura de la joya, lo cual es un aspecto fundamental para las posibilidades de exportación de las mismas.

Actualmente la forma de adquisición de la materia prima (plata) puede realizarse de tres formas: en el mercado nacional formal, en el mercado internacional o en el mercado informal (extracción artesanal de minas informales y reciclaje).

En la práctica la mayoría de las pequeñas y medianas empresas productoras de joyas de plata de San Jerónimo De Tunan, adquiere el material en el mercado informal o en el mercado nacional formal, a través de la empresa Procesadora Sudamericana SRL, industria laminadora que constituiría parte de esta red como agente proveedor de material.

En realidad dicho problema constituye uno de los motivos que ha impedido el desarrollo de las medianas y pequeñas empresas productoras de joyas de plata de San Jerónimo De Tunan, debido a que, para la exportación, el grado de pureza requerido es la plata libre de otros materiales que puedan abaratar su valor.

b) Proveedores de tecnología y servicios:

Dentro de la red propuesta es importante considerar la integración de proveedores no sólo de materia prima, sino también de maquinarias, tecnología

y servicios necesarios para la mejora y desarrollo de la producción, en la escala requerida.

De esta forma, se considera en dicha relación a las instituciones, sean públicas o privadas, especializadas en la capacitación de personal especializado en la joyería en plata, que cuenten con información que permita el incremento de la productividad de la red. Acceder a estos servicios de manera individual, por cada uno de los agentes de la red horizontal, constituye un aspecto difícil que hacerlo de manera colectiva, considerando, además, que ello incrementaría también los costos de producción.

Es importante tomar en cuenta que existen interesantes ventajas de acceder a programas de ayuda internacionales cuando la reputación del cluster es reconocida, entidades como el Banco Mundial cuenta con líneas de financiamiento para agrupamiento de empresas que han demostrado eficiencia en países en vías de desarrollo como el Perú.

De esta manera, la provisión no sólo será respecto a las principales máquinas utilizadas en el proceso productivo, tales como laminadoras, prensas, cortadoras y pulidoras, sino será, además, dirigida a otros servicios que permitirá desarrollar el plan de crecimiento y proyección de la red.

c) Instituciones de apoyo

Las instituciones de apoyo económico que pueden participar de los programas de articulación e integración productiva de las redes empresariales de PYME de los joyeros de San Jerónimo de Tunan, son empresas que promueven el uso de instrumentos que potencian el programa de trabajo de la unidad articuladora.

Estas pueden estar conformadas a través de instituciones gubernamentales de apoyo a la competitividad de la pequeña y mediana empresa, como parte de su labor de promoción al empleo, sobre todo, en aquellas regiones donde impera la pobreza y que cuentan con enormes potenciales de desarrollo y generación directo de empleo. Entre las empresas encomendadas a esta labor pueden considerarse:

- *Comisión de promoción de la pequeña y micro empresa (PROMPYME)*
PROMPYME deberá contribuir en generar planes y propuestas de capacitación que puedan ayudar en la mejora de las capacidades de los joyeros de plata de San Jerónimo de Tunan, a fin de que éstos puedan entender los beneficios que pueden obtener de la asociatividad. Con ello el poder de negociación de las empresas se incrementará y, sobretodo, se podrán aumentar las cifras de empresas exportadoras que incursionen en nuevos mercados. Entre los proyectos que PROMPYME está realizando se encuentran los siguientes:
 - Proyecto de redes empresariales (productores queseros de Tallamac - Cajamarca; Conglomerado de confecciones de Gamarra; Turismo en Cuzco, etc.)
 - MYPE Plaza, vitrina virtual de MYPE.
- Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX)
Su función se basa en desarrollar actividades que impulsen la oferta exportadora del país a través de la promoción de una imagen favorable de productos y servicios de alta calidad.

Esta entidad debe contribuir con la red empresarial ejecutando acciones que contribuyan a generar una oferta atractiva en los mercados internacionales de las joyas de plata. Asimismo, debe brindar el apoyo necesario para que las empresas involucradas puedan desarrollar las capacidades que le permitan mejorar su gestión y desarrollo de mercados.

Estos son algunos de sus aportes:

- Estudios sobre la competitividad del sector de joyería y marca Perú (Proyecto BID)
- Estudios de mercado europeos
- Promoción y apoyo a través de ferias internacionales
- *Ministerio de la Producción*
Entre los objetivos del ministerio está fomentar e incorporar la investigación, innovación y transferencia tecnológica de los procesos productivos de los sectores al que está dirigido. El aporte que puede dar a la red empresarial es el de conducir y ejecutar programas de desarrollo social de las pequeñas y medianas empresas que puedan generar el desarrollo de la competitividad y el aumento de la productividad de las empresas involucradas. Dentro de los programas ya iniciados se encuentran:
 - Programa Mype Perú
 - Programa Emprende Perú
 - Programa Sierra Exportadora
- *Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*
El aporte que este ministerio puede dar a las redes empresariales de joyeros de plata está referido a promover las exportaciones y normar el comercio internacional con los países demandantes, con la potestad de suscribir convenios que puedan beneficiar a las redes exportadoras. Otra de sus funciones es la promoción del turismo y puede ser, además, el ente gubernativo que impulse la joyería de plata como complemento de la actividad artesanal en muchos países. Entre sus principales acciones realizadas en los últimos años se encuentran:
 - Conglomerados artesanales en varias regiones (tejido, cerámica, adornos, etc.)
 - Centros de Innovación Tecnológica (CITE Sipán, CITE Artesanía Ucayali, CITE Cerámica de Chulucanas, etc.)
 - Seminarios de cultura organizacional para PYME.

d) Instituciones financieras

No todas las instituciones financieras tienen dentro de sus productos alguno que ofrezca algún tipo de apoyo económico a la micro y pequeña empresa, pero entre las que sí cuentan con programas y créditos en los cuales muchas de ellas han logrado conseguir el financiamiento para la adquisición de capital de trabajo y maquinarias, se encuentran: el Banco de Crédito, el Banco del Trabajo, el Banco de la Nación, Scotiabank, Mi Banco y la Caja Municipal de Huancayo.

e) Otras instituciones y empresas

Entre las cuales se encuentran:

- Empresas mineras productoras de plata cercanas a la Región Junín, tales como: Morococha, Casapalca, Uchucchacua, etc.

- Grandes empresas productoras de joyas de plata: Dellapina, Ilaria, Camusso, vasco, etc.
- Cámaras y organismos empresariales como: la Cámara de Comercio de Huancayo, la Sociedad Nacional de Industria o el Patronato de la Plata
- Centro de servicios tecnológicos y/o empresariales, tales como SENATI, TECSUP, etc.
- Centros de educación superior como universidades e institutos superiores
- Sector privado no lucrativo, como las ONG

Funciones de las instituciones de apoyo

Las funciones principales de los agentes económicos son:

- Proveer el financiamiento necesario para la ejecución del proyecto
- Difundir los beneficios de la red empresarial
- Apoyar en la capacitación y conocimiento de los miembros de la red empresarial
- Crear el ambiente o clima de negocios en el que se desenvolverá la red
- Ofertar servicios especializados como consultorías, especialistas, tecnología, etc.

FACTORES DE ÉXITO DEL FOMENTO DE LA RED EMPRESARIAL

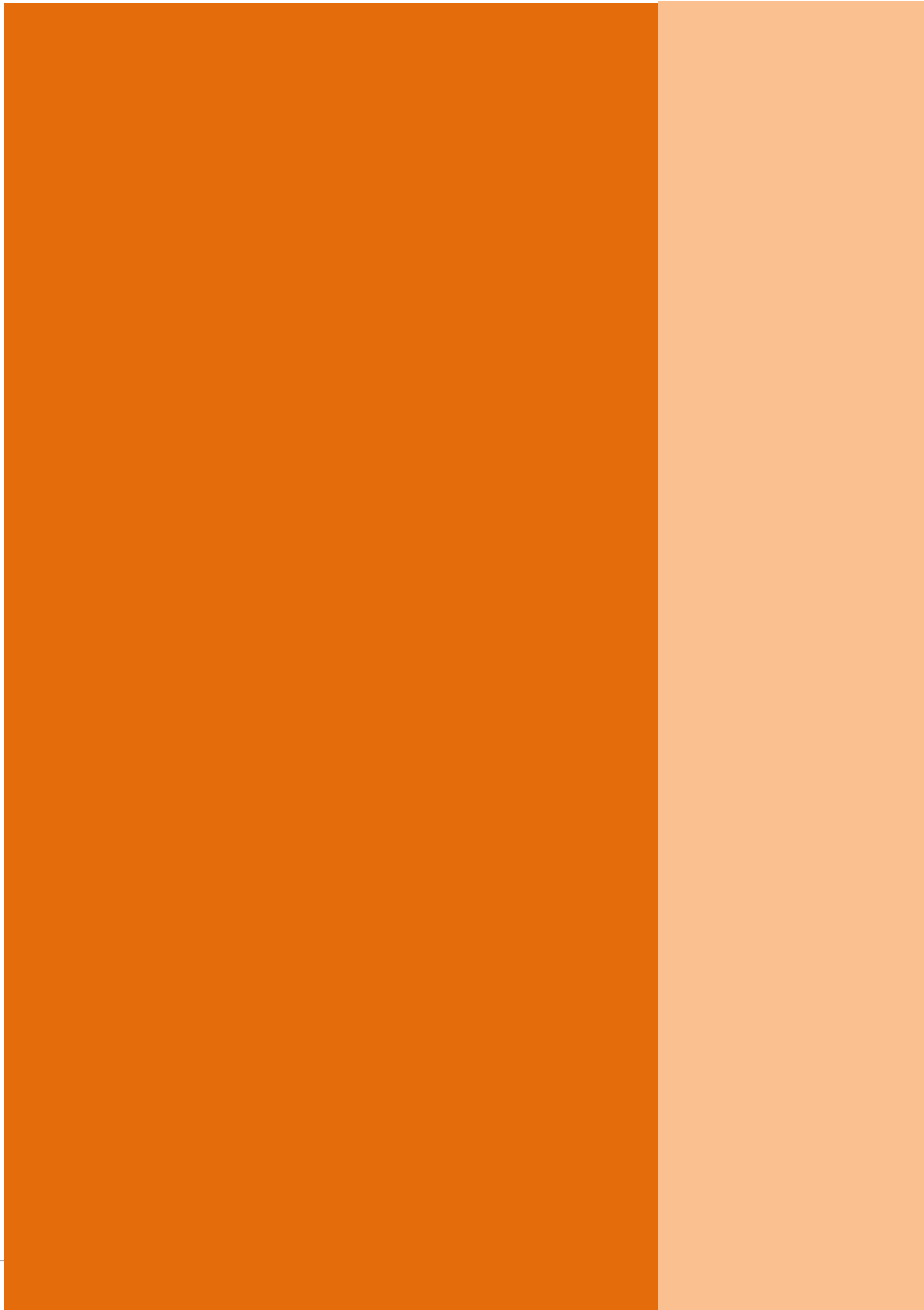
Para que este proceso se lleve a cabo, son los mismos integrantes de la asociación de artesanos que conforman la red los que deben percibir los distintos beneficios que otorga la asociatividad en comparación con lo que obtienen trabajando de una manera individual. Para ello, será muy importante fomentar la comunicación en el grupo, con lo cual se puede limitar el riesgo y la desconfianza de los participantes.

De acuerdo a lo señalado por López-Cerdán, P. (2005), los factores de éxito relacionados al fomento de la red empresarial son los siguientes:

- **Intercambio de información**
Pertenecer a una red empresarial promueve el conocimiento y el intento de fortalecer los vínculos de intercambio de ideas, así como de nuevas técnicas de producción desarrolladas por las distintas empresas joyeras, evitando el sentimiento de celo entre los que conforman la red en relación a las técnicas y nuevos diseños. Gracias al intercambio de conocimientos es posible que en el futuro la calidad y el diseño de los productos ofrecidos mejoren y puedan ser brindados a mejores precios en los mercados internacionales, ávidos de innovación y buen gusto.
- **Estructura de relaciones**
Se intenta mejorar un posicionamiento competitivo de las empresas sobre la base de relaciones de cooperación productiva, con la constante participación de los que componen la red a fin de trabajar por un objetivo común. A través de estas relaciones se hace más fácil poder obtener el apoyo y financiamiento necesario para mejorar la producción y reducir sustancialmente el riesgo al fracaso y sobre todo generar un clima propicio para las inversiones en el sector.
- **Base de confianza**
Alcanzada a través del acercamiento de las empresas de un mismo sector económico que trabajan por una visión y un proyecto común. La construcción de los vínculos de confianza entre los miembros se trabaja en cooperación y tienen mejores resultados cuando los empresarios perciben beneficios de sus acciones mancomunadas.

INFORME DE CONSULTORÍA

- **Actuar conjuntamente**
Promover la participación y ejecución de actividades en forma coordinada, con el fin de generar beneficios conjuntos que apunten a mejorar la competitividad y ampliar su mercado, logrando el desarrollo del sector en su conjunto.
- **Eficiencia colectiva**
Es el resultado del trabajo en cooperación entre empresas que tienen un objetivo común, con apoyo de todos los agentes que la involucran, a fin de que puedan beneficiarse las empresas participantes en la red, obteniendo con ello no solo el crecimiento económico ansiado, sino el desarrollo en sus procesos, conocimientos y tecnología, que no lograrían aisladamente.



CONCLUSIONES

Se concluye que:

- La joyería de plata constituye un sector con altas posibilidades de desarrollo, dada la versatilidad de la materia prima que lo diferencia de las demás metales; constituyendo la joya con diseño la más atractiva para el nuevo consumidor.
- La experiencia ancestral en la producción joyera permitirá competir en un mercado que valore la producción de piezas únicas hechas a mano, que mezclen matices de rasgos prehispánicos sofisticados y con un diseño profesional que recoja tendencias actuales de la moda en joyería.
- El sector de joyería de plata de San Jerónimo de Tunan se encuentra conformado por la asociación de artesanos, que trabajan de manera independiente y desarticulada, con un alto grado de competencia. Ello, aunado a la escasa inversión en tecnología y desarrollo de procesos, ha llevado a la obtención de un producto de baja calidad y poco elaborado, a pesar de la experiencia y habilidad de los artesanos que constituye una posibilidad de dar un valor agregado al producto, respecto a la competencia mundial.
- La dificultad de obtener materia prima de alta calidad constituye un problema del sector que coloca a los proveedores de dicho material en una situación privilegiada. Resulta necesario establecer las condiciones para asegurar el abastecimiento de materia prima de calidad al sector de joyería de plata de San Jerónimo de Tunán, que permita aprovechar la cercanía a ésta a diferencia de los demás países productores de joyas de plata.
- Existen muy pocos centros de capacitación técnica en fabricación de joyas de plata que promuevan y mejoren el nivel de capacitación de los productores de joyería de plata a fin de acrecentar la productividad.
- No existen acciones conjuntas adecuadas entre los organismos del Estado y las organizaciones privadas que promuevan una cultura de exportación en la población.
- Para lograr la competitividad del sector es necesario la formación de una propuesta de valor en la que participen todos los agentes involucrados y trabajen en coordinación, bajo un objetivo en común.
- A través de la asociatividad las empresas logran desarrollar factores de éxito que les proporcionan una serie de beneficios, como son los de compartir retos en forma conjunta mediante fuertes lazos de confianza, desarrollar sus habilidades compartiendo información y conocimientos, así como generar relaciones de cooperación entre las empresas, conseguir la eficiencia colectiva y promover el trabajo en equipo.

RECOMENDACIONES GENERALES

Se recomienda:

- Mantener información actualizada del sector que permita a las entidades gubernamentales manejar y proporcionar estadísticas actuales.
- Promover estudios de mercado sobre las preferencias de los consumidores respecto al uso y diseño de las joyas de plata, a fin de desarrollar estrategias de marketing respecto al producto y a la capacitación de nuevos mercados.
- Buscar de la cooperación con otros países plateros para incentivar el intercambio de ideas y nuevas técnicas desarrolladas en la manufactura de la plata.
- El Estado, a través de la Dirección regional de cultura, debe incrementar las acciones de promoción del sector de joyería con el fin de incrementar su consumo en el mercado interno y externo.
- Crear una acreditación especial otorgada por la asociación de exportadores de joyería de plata, a fin de mantener los estándares de calidad adecuados y evitar que proveedores informales alteren la calidad de la materia prima.
- Crear, por parte del Estado, un fondo que facilite el acceso a líneas de crédito de las PYME. Asimismo, se debe establecer una base de datos respecto a las PYME que cuenten con un buen historial de pagos, que facilite su acceso a financiamiento.
- Establecer legislativamente el otorgamiento de incentivos tributarios para las compañías mineras que destinen parte de la extracción de plata obtenida al sector de joyería de plata, facilitando el aprovisionamiento de materia prima.
- Desarrollar una marca colectiva para competir en el mundo, que represente garantía en los procesos y calidad en el producto.
- La propuesta de valor que se presentará para el sector de joyería de plata de San Jerónimo de Tunán, deberá mostrar una estructura organizacional en la que se mezcla en una red horizontal, conformada por empresas de características similares, con una red vertical, mediante lo cual la horizontal se interrelacione con otros agentes. La propuesta de valor de joyería de plata deberá trabajar conjuntamente con PROMPYME, a fin de fomentar el desarrollo de tecnología que permita proveer a las empresas que conforman la red, de moderna maquinaria para el proceso productivo de la joya.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, J., García – Godos, P., Minanya, C., Salazar, A. (2005) *Plan de Negocios de Exportación de Joyería de Diseño al mercado*. Tesis de Maestría no publicada, Escuela de Administración de Negocios para Graduados, Lima, Perú.
- Arrosquipa, Percy. Los elementos culturales de la organización empresarial. En: Perú Hoy: Mercados globales y articulaciones internas. Desco, Lima – Perú. 2015.
- Asociación de Exportadores-ADEX (2014). Objetivos estratégicos de la Asociación de exportadores. Recuperado el 10 de mayo del 2015 de http://www.adexperu.org.pe/misión_visión.htm.
- Banco Central de Reserva del Perú (2014). Recuperado el 10 de Mayo del 2015 de <http://bcrp.gob.pe>
- Belausteguigoitia, Imanol. (2004) Empresas familiares. Su dinámica, equilibrio y consolidación. Mc Graw Hill Interamericana. México.
- Briones Carlos. Transformación productiva y microempresa. FLACSO. FRIEDICH EBERT. San Salvador, 1998.
- Centre for the promotion of imports from developing countries (2004). EU Marquet survey 2004 Jewellery
- Centro de Innovación Tecnológica (2015). Servicios que ofrece el CITE. Recuperado el 10 de mayo de 2015 de <http://www.arteturcites.com.pe/servicios.php>
- Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa-PROMPYME (2003). Estudio sobre Cluster y Asociatividad. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Chiavenato Idalberto (2006); en su obra "Introducción a la Teoría general de la Administración",
- Chiriboga, Manuel. Cadenas de valor y pequeños productores. En: Perú Hoy: Mercados globales y articulaciones internas. Desco, Lima – Perú. 2007.
- Comisión de Promoción de la Pequeña y Mediana Empresa-PROMPYME (2005). La situación de la pequeña y micro empresa en el Perú. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
- D'Alessio, F. (2015). Curso de Dirección Estratégica. Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- David, F. (2003), Planeación Estratégica es un término que se utiliza más en el mundo de los negocios, mientras que Dirección Estratégica se usa en el ambiente académico.
- David, F. (2003). *Conceptos de administración estratégica* (9a. ed.). México: Pearson Prentice Hill.

- Diccionario de Conceptos de mercado. Recuperado el 01 de Junio del 2015 de <http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>
- Dini, M. (2002). Como apoyar la articulación productiva. Experiencias en américa latina. Santiago de Chile.
- Dini, M. (2004). Guía práctica para la puesta en marcha de proyectos de fomento de clúster. FOMIN.
- Dunn Elizabeth y Nicholas Kalaitzandonakes. Riesgos e impactos de los servicios dirigidos a las microempresas. USSAID. 1996
- Fishben & Ajzen (1975). Belief, attitudes, intention and behavior and introduction to theory and research. Massachussets: Addison-Wesley.
- Formación profesional como motor de la innovación en la microempresa. Recuperado el 01 de Junio del 2015 de www.hezkuntza.ejgv.euskadi.net/r43-3500/es/.../203c.pdf
- Gran Enciclopedia Larousse (2006) Vol 15. Editora Planeta. España.
- Heinz Hillmann Kart. Diccionario Enciclopédico de Sociología. Edit. Herder, edición española, segunda impresión, 2005.
- INEI. Almanaque estadístico de Junín 2014
- Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA). Recuperado el 01 de Junio de 2015, de http://www.aimme.es/documentos/difusion/general/paginas/impiva200501_31.htm.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). Recuperado el 01 de Junio del 2015 de <http://64.76.93.135/DocumentosPublicos/Proyeccion.pdf>
- Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. (2001) Revista 12 – 2001. España.
- Llorente, J.L. (1998). La Joyería y sus Técnicas (5ta. ed.). Argentina: Paraninfo
- López-Cerdán, C. (2003). Redes Empresariales: Experiencias en la Región Andina. Lima: MINKA y la Cooperación Italiana.
- López-Cerdán, P. (2005). Aspectos conceptuales de la asociatividad y cooperación empresarial en Pyme. Venezuela: IBERPYME.
- Maximixe (2005, Diciembre). Riesgos de Mercado: Plata. Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004). Perú: Plan Operativo Exportador del Sector Joyería y Orfebrería 2003-2013. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006). Perú Crece: Reporte Mensual del Sector. Julio 2006. Lima.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006). Recuperado el 07 de julio de 2006 www.mincetur.gob.pe/Artesania.
- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial-ONUDI (2014). Desarrollo de Conglomerados y Redes de PYME. Austria: Centro Internacional de Viena.
- Patronato de la Plata (2006). Recuperado el 01 de junio del 2015 de <http://www.patronatoplatadelperu.org>
- Pedroza Escandón y Sulver Valdés(2006) en el libro: “La Promoción Internacional Para Productos Y Servicios “
- Porter, M. (1990). ¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones?. United States:The Harvard Business Review.
- Porter, M. (2006). Estrategia competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Mexico: Compañía Editorial Continental.
- Portocarrero Gonzalo (editor). Casa Sur. Tafos y Taller de estudios de mentalidades populares (TEMPO) PUCP. Lima – Perú. 1993.
- Portocarrero Gonzalo. La mentalidad del empresariado peruano: una aproximación a su estudio. Universidad del Pacífico. Minga- Perú, Lima 2005
- Promoción de la pequeña y mediana empresa-PROMPEX (2002). Plan Estratégico Nacional Exportador. Lima, Perú.
- Promoción de la pequeña y mediana empresa-PROMPEX (2015). Recuperado el 01 de Junio del 2015 de <http://www.prompexstat.gob.pe>
- Promoción de la pequeña y mediana empresa-PROMPEX (2015). Recuperado el 05 de Junio de 2015 de
- R. Kaplan, D. Norton (2004), reconocidos profesores de la Universidad de Harvard
- Real Academia Española (2001). Diccionario de la Lengua Española. (22a ed.)
- Rosales, R. (1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes. Edición 51. Caracas: SELA.
- Sawhney,2000-I. “Fundamentals of Value”-Propuesta de Valor
- Secretaria de Economía (2015). Recuperado el 01 de Junio del 2015 de <http://www.economia.gob.mx/pics/p/p518/Estudio.pdf>.
- Sociedad nacional de industrias (2015). Objetivos de la Sociedad nacional de industrias. Recuperado el 01 de junio de 2015 de <http://www.sni.org.pe./nosotros/objetivos.php>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT (2015). Recuperado el 01 de Junio del 2015 de <http://www.sunat.gob.pe>

INFORME DE CONSULTORÍA

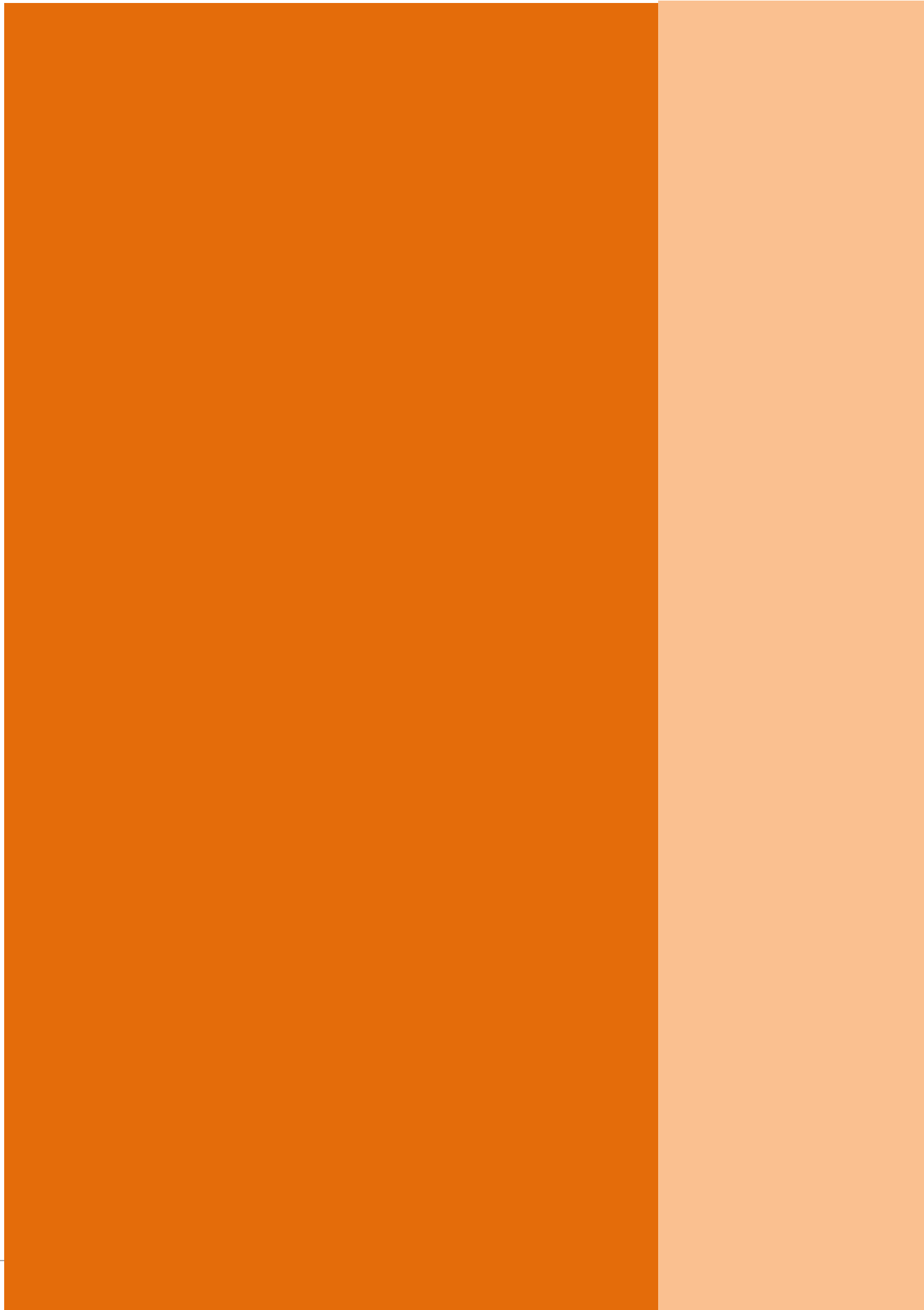
Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT (2015). Recuperado el 01 de Junio del 2015 de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/SJRPPais> .

The Gem & Jewellery Export Promotion Council (2015). Recuperado el 01 de Junio del 2015 de

The Silver Institute. Top 20 silver producing countries in 2005. Recuperado el 01 de Junio del 2015 de <http://www.silverinstitute.org/suply/production.php>

United Nations Commodity Trade Statistics Database (2015) Recuperado el 09 de junio del 2015 de <http://unstats.un.org/unsd/comtrade/ce/ceSnapshot.aspx?px=H0&cc=711> 311

Vega, M., Pérez, R., Burneo, M. & Pérez, R. (2005, junio). Metodología de Apoyo para el Desarrollo de Redes Horizontales de Empresas “Paso a Paso”. Lima: Comisión de Promoción de la Pequeña y Mediana Empresa-PROM



ANEXO 01

ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACION DE ARTESANOS
FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERONIMO DE TUNAN

SR. ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ	
1. ¿Cuántos artesanos conforman la asociación del Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?	La asociación tiene 20 años de haber sido conformada, pero recién cumplimos 1 año de suscritos en SUNARP por lo que legalmente, según la minuta de constitución, pertenecen 35 artesanos que son productores.
2. ¿Cuáles son las principales ventajas que tiene el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?	Como principal ventaja tenemos el posicionamiento en la Región Centro, ya que las personas del extranjero reconocen al Distrito por las joyas que se elaboran. Además realizamos ferias en semana santa y fiestas patrias para promocionar nuestros productos.
3. ¿Qué es lo que diferencia al Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán de los demás?	Nos diferenciamos debido a la calidad y la técnica que utilizamos: filigranas (tejidos con hilos finos), además por la marca con la que contamos: "CHALAY" que está registrado en INDECOPI.
4. ¿Cuáles son los principales problemas del Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?	Básicamente tenemos problemas en el aspecto organizativo, ya que sólo se tiene en cuenta a la asociación para la participación en ferias más no para impulsar el desarrollo.
5. ¿Cómo afectó el cierre de Doe Run al Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?	Los asociados compran sus insumos en Lima, por lo que el cierre no afectó directamente en la producción. Pero si en la venta, como es el caso de las placas recordatorias, ahora ya no existe demanda por parte de esta empresa.
6. ¿Qué oportunidades de mercado existen para el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?	En el mundo actual existen más oportunidades que antes; por ello; es necesario considerar el arte del sector como "joyería" y no sólo como "artesanía". Además, ahora se cuenta con el conocimiento sistematizado para los diseños.
7. ¿Qué estrategias posee el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?	No se utilizan estrategias específicas.
8. ¿Usted cree que la tendencia de joyas en el mercado será	Sí. Al margen de que la materia prima subió de precio (de S/. 0.50 a S/. 2.50)

creciente?	
9. Ud. considera que el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán ¿tiene la capacidad suficiente para abastecer un mercado extranjero?	Debido al apoyo del FESA(Fortalecimiento de las Exportaciones del Sector Artesanal), actualmente algunos artesanos exportan mediante intermediarios ya que no existe oferta exportable. Para lograr esto, es necesario considerar a la asociación como una sola empresa, de tal manera que se pueda cubrir los pedidos del extranjero.
10. Si Ud. fuera alcalde ¿cómo promovería el sector?	<p>Realizando las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Explotar los aspectos culturales. ✓ Fortalecer la institucionalidad. ✓ Conseguir apoyo del Estado. ✓ Comprar maquinarias que sean administradas por el consejo para beneficio de toda la asociación. ✓ Constituir un semillero de nuevos artesanos, con la finalidad de que la técnica perdure con el tiempo. ✓ Apoyar a los artesanos de los lugares aledaños.

ANEXO 02

**RELACIÓN DE ARTESANOS SAN JERÓNIMO DE TUNAN ASOCIACIÓN DE
ARTESANOS PRODUCTORES EN PLATERÍA**

NOMBRES Y APELLIDOS	DIRECCIÓN	OCUPACIÓN
Abelardo Paúl Cortez Turín	Av. Arequipa N° 908 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Aleida Rocío Inga Calderón	Av. Arequipa 9 ^{na} cuadra	<i>Filigranista</i>
Alejandro Higinio Sánchez Sánchez	Carretera central 871 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Alejandro Sánchez Capcha	Joyería “Alinsa”	<i>Joyero</i>
Alicia Sánchez Maldonado	Av. Arequipa 8va cuadra	<i>Filigranista</i>
Amadeo Félix Calderón Acosta	Av. Arequipa N° 978 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Ángel Raúl Beraun Loyola	Av. Arequipa N° 999 S.J.T.	<i>Vaciados</i>
Blanca Sánchez Vásquez	Jr. Arequipa N° 582 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Carlos Yauri Quispe	Carretera central “Arte Andino”	<i>Filigranista</i>
Cristhian Quintana Suazo	Av. Arequipa 9 ^{na} cuadra S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Daniel Carhuancho Ventura	Jr. Moquegua N° 290 S.J.T..	<i>Filigranista</i>
Delia Esther Chuquimantari	Jr. Huancayo N°1213 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Delia Liz Echevarría Pomalaza	Av. Arequipa N° 941 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Delis Suazo Nájera	Av. Arequipa 9na cuadra S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Edward Paúl Sánchez Sánchez	Jr. Lima N° 133 S.J.T.	<i>Cincelado y repujado</i>
Edwin Guerra Chuquimantari	Av. Arequipa N° N° 982 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Elsa Abigail Sánchez Capcha	Carretera central N° 1295 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Evelyn Inga Inga	Jr. Arequipa s/n S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Feliz Laura Veliz	Jr. Huallaga S.J.T.	<i>Orfebre</i>
Florencia Visitación Turín Cervantes	Av. Arequipa N° 918 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Francisco Alarcón Cusi	Jr. Piura S/N	<i>Repujado</i>
Fredy Suazo Nájera	Av. Arequipa 9na cuadra S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Gloria Maruja Veliz Espinoza	Carretera central N° 796 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Humberto Meza Meza	Jr. Ayacucho	<i>Filigranista</i>

INFORME DE CONSULTORÍA

Jesús Inga Sánchez	Jr. Cuzco 421 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Jesús José Vargas Parraga	Av. Arequipa N° 962 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Jesús Reynaldo Suarez Vásquez	Av. Arequipa N° 496 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Johnny Luis Rosales Zambrano	Av. Arequipa N° 941 S.J.T.	<i>Joyerero</i>
Juan Carlos Dávila Sánchez	Carretera central 871	<i>Joyerero</i>
Juan Glinel Veliz Sánchez	Av. Arequipa S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Juan Veliz Pomalaza	Jr Arequipa N° 582 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Justina Benilda Santibáñez Vásquez	Av. Tumbes N° 206 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Lenin Félix Calderón Canchanya	Av. Arequipa N° 978 S.J.T.	<i>Vaciados</i>
Luis Yuri Quispe	Carretera central “Arte Andino”	<i>Filigranista</i>
Madelaine Melva Veliz Torpoco	Jr. Amazonas N609 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Magda Ricse Curacachi	Jr. Huallaga N°148 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
María Gamarra De Uribe	Jr. Huánuco N° 236	<i>Filigranista</i>
María Loroña Dávila	Jr. Amazonas N° 645 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Marino Meza Zúñiga	Jr Huancayo N° 1489	<i>Joyerero</i>
Miguel Marcelo Ávila	Jr. San Roque N°175	<i>Vaciados</i>
Mónica Natalia Ricse Curacachi	Jr. Huallaga N°148 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Nelfa Sargoth Turín Cervantes	Av. Arequipa N° 916 S.J.T.	<i>Fotograbados</i>
Nelly Sanchez Vasques	Av Arequipa N° 168 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Oscar Ronald Rodríguez Hurtado	Av. Arequipa N° 974 S.J.T.	<i>Trabajo en lamina</i>
Oswaldo Marcelo Tinoco	Jr. San roque N° 175 S.J.T.	<i>Vaciados</i>
Pablo Miguel Mayta Zarate	Jr. Uruguay N° 171 S.J.T.	<i>Filigranista</i>
Pablo Tello Marca	Jr. Junín 2da cuadra	<i>Filigranista</i>
Pedro Sedano Sanabria	Jr. Junín S/N	<i>Joyerero</i>
Rocío Del Pilar Solórzano Torpoco	Jr. Huancayo N° 193	<i>Filigranista</i>
Rocío Marita Quispe Loroña	Jr. Amazonas N° 645	<i>Filigranista</i>
Ronald Meza Guerra	Carretera central km.15	<i>Joyerero</i>
Saúl Meza Galarsa	Jr. Piura N° 337	<i>Vaciados</i>

INFORME DE CONSULTORÍA

Sergio José Rodríguez Hurtado	Av. Arequipa N° 976	<i>Repujado y cincelado</i>
Silvestre Jesús Calderón Veliz	Amazonas N° 285	<i>Filigranista</i>
Simón Jesús Turín Salazar	Carretera central N° 710	<i>Fotograbados</i>
Sofía luz Torpoco Astucuri	Jr. Huancayo N°193	<i>Filigranista - vaciados</i>
Teodolina Espinoza Turín	Av. Arequipa N° 904	<i>Fotograbados</i>
Víctor Jaime Zamudio Loroña	Jr. Tarma N°123	<i>Filigranista</i>
Walter Mendoza Córdoba	Carretera central N° 1295	<i>Joyero</i>
William Enrique Maldonado Veliz	Jr. Amazonas N° 263	<i>Filigranista</i>
Sonia Justina Ramos Rivera	Jr. Junín N°1425	<i>Fotograbados</i>
Daniel Sánchez Capcha	Av. Dos de mayo	<i>Filigranista</i>
Samuel Córdoba	S/D	<i>Filigranista</i>
Eleodoro Torpoco	S/D	<i>Fotograbados</i>

ANEXO 03
ENTREVISTA

Objetivo: Identificar las Debilidades, Fortalezas, Amenazas, Oportunidades y los mecanismos promocionales de las unidades artesanales del Distrito de San Jerónimo de Tunan – Perú para generar líneas de acción.

Instrucciones: Por favor dedique algunos momentos para responder o completar la entrevista. La información nos servirá para generar líneas de acción.

Esta encuesta dura aproximadamente 10 minutos.

1. **¿Cuántos artesanos conforman la asociación del Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?**

2. **¿Cuáles son las principales ventajas que tiene el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?**

3. **¿Qué es lo que diferencia al Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán de los demás?**

4. **¿Cuáles son los principales problemas del Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?**

5. **¿Cómo afectó el cierre de Doe Run al Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?**

6. **¿Qué oportunidades de mercado existen para el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?**

7. ¿Qué estrategias posee el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán?

8. ¿Usted cree que la tendencia de joyas en el mercado será creciente?

9. Ud. considera que el Sector Joyería de San Jerónimo de Tunán ¿tiene la capacidad suficiente para abastecer un mercado extranjero?

10. Si Ud. fuera alcalde ¿cómo promovería el sector?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines, typical of notebook paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

ANEXO 04

ENCUESTA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA

MASTER EN GESTIÓN PÚBLICA

**ENCUESTA SOBRE EL DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LAS UNIDADES
ARTESANALES (MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA) DEL DISTRITO DE SAN
JERÓNIMO DE TUNAN, REGIÓN JUNÍN – PERÚ**

OBJETIVO: la presente encuesta es parte de un trabajo de Fin de Master acerca de la situación actual de la micro, Pequeña y mediana empresa artesanal en distrito de San Jerónimo de Tunan - Perú. Para poder generar líneas de acción frente a la problemática encontrada. Por lo que se le ruega tenga la amabilidad de proporcionarnos la información que le solicitamos con la veracidad posible, Puesto que su uso será de estricta confidencialidad y servirá para la elaboración de programas de apoyo al sector.

I. DATOS GENERALES

Nombre del conductor.....

Solo taller productor ()

Productor y Comerciante ()

Solo comerciante ()

1. Sexo.....Edad.....Lugar de procedencia.....

2. Ubicación de la Unidad Económica.....

Dist.Provincia.....Región.....

3. Ubicación de la Unidad Económica.....

4. Tiempo de residencia en el distrito.....

5. Estado Civil.

a) Casado (a)

b) Conviviente

c) Separado

d) Viudo

6. Nivel de educación

a) Sin ningún nivel

b) Primaria incompleta

c) Primaria completa

d) Secundaria incompleta

e) Secundaria completa

f) Superior incompleta

g) Superior completa

7. Religión

a) católico

b) Protestante

Autor: Oscar Cristóbal Quispe

INFORME DE CONSULTORÍA

c) Otros.....

8. ¿Cuál era la ocupación principal de sus padres?

Padre	Madre

II. DEL CONDUCTOR Y DE LA UNIDAD ECONÓMICA

9. ¿Qué carrera u oficio estudio?

Su personal	Su esposa

10. ¿En que trabajaba Ud.? Antes de trabajar en este oficio o negocio.

- a) Como obrero
- b) Como empleado
- c) Como agricultor
- c) Otros.....

11. Donde trabajaba.....

12. A qué edad empezó a Ud. trabajar en este oficio?

.....

13. ¿Hace que tiempo o años se dedica Ud. Y su familia a la producción o comercialización de estos productos artesanales.

- a) Más de 5 años
- b) Más de 10 años
- c) Más de 15 años
- d) Más de 20 años
- e) Más de 25 años

14. ¿De quienes aprendió usted el oficio o negocio de la platería y joyería?

- a) De mi abuelo
- b) De mi padre
- c) De mi hermano
- d) De otras persona.....

15. ¿Qué Personas de su familia se dedican a la producción de la artesanía?

Padre	Madre	Hermanos	Otros

16. ¿Las personas indicadas, solo se dedican dedicaban) a la artesanía de la platería?

17. ¿Por qué motivos produce Ud. y/o comercializa estos productos?

- a) Por estar sin empleo
- b) Por arte
- c) Por ambas cosas
- d) Por tener trabajo propio y no depender de otros
- e) Otros motivos.....

18. ¿Ud. sólo produce. Produce y comercializa o solo comercializa?

- a) Las Joyas de Plata
- b) Las Joyas de Plata y oro

c) Joyas y otros productos

19. ¿Cómo considera Ud. a su unidad económica?

- a) Como una micro empresa
- b) Como una pequeña empresa
- c) Como una mediana empresa
- d) Otra denominación.....

20. ¿A parte de esta actividad económica a que otras actividades se dedica Ud?

- a) Ejercer mi profesión
- b) Al comercio u otros negocios
- c) A la agricultura
- d) A
- Otros.....

21. Si tiene otros negocios quienes lo conducen.

- a) Uds, mismos
- b) Su esposa e hijos
- c) Sus hijos
- d) Sus hermanos
- e) Otras personas.....

22. ¿Cómo surgió la idea de constituir la empresa de las joyas de la platería?

- a) Por iniciativa de mis padre
- b) Por iniciativa de mis hermanos
- c) Por otra iniciativa

23. ¿Qué tipo de joyas produce?.....

24. A parte de su persona ¿Qué otras personas de su familiares trabajan en su taller y negocio?

- a) Esposa
- b) Hijos
- c) Hermanos
- d) otros.....

25. A parte de Ud. Y sus familiares ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?
.....

26. ¿Qué labor desempeña Ud. Dentro de la su empresa?

27. ¿El local de este establecimiento es.

- a) propio
- b) Alquilado
- c) Otro.....

28. ¿En los últimos 05 años considera Ud. Que su empresa ha:

- a) Esta o sigue igual
- b) Ha Mejorado un poco
- c) Ha mejorado mucho
- d) A empeorado

29. Indique el ¿Por qué de su respuesta?.....

30. ¿En la actualidad ¿cuál es la situación económica de su empresa?

INFORME DE CONSULTORÍA

- a) Es Económicamente solvente
- b) es económicamente poco solvente

31 De lo que produce, cuanto es aproximadamente el monto de sus utilidades o ganancias por mes y al año?.....

32. ¿Su negocio es:

- a) Le da utilidades económicas para vivir y hacer funcionar el negocio con éxito
- b) Le da utilidades económicas solo la subsistencia familiar.

III. ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

33.¿Cuál es el tipo de organización de su empresa?

- a) Persona natural
- b) Sociedad anónima
- c) Sociedad limitada
- d) Asociativa
- e) Otros.....

34.¿Su establecimiento, cuenta con licencia de funcionamiento?

- a) Si
- b) No

Porque.....

35. ¿Generalmente, ¿quién conduce la empresa?

- a) Usted
- b) Su Cónyuge
- c) Hermanos
- d) Otros.....

36. ¿Lleva su empresa registros de contabilidad de sus ingresos o egresos económicos?

- 1. Si
- 2. No

37. ¿Utiliza Ud. Prestamos para invertir en su empresa?

- a) Si
- b) No

38. Si la respuesta es afirmativa, de que instituciones.....

39. Del 100 % de utilidades, ¿Qué porcentaje asigna a :

Manutención de su familia
Renovación de equipos del taller o maquinarias
Adquisición de materia prima o mercancías
Al pago de salarios o trabajadores
Pago de servicios básicos?
Otros

40. Que hace Ud Para mejorar los motivos, modelos de sus productos

- a) Se capacita
- b) Se informa de las preferencias del mercado
- c) Otros

41. Ud estaría dispuesto a asociarse con otros productores y comerciantes para vender más sus productos

- a) si

Autor: Oscar Cristóbal Quispe

b) No

Porque.....

42. ¿Qué entidades de Estado y privada promueven o apoyan el rubro de su negocios? y ¿Cómo lo apoyan?

a) Privadas.....

b) Estatales.....

MERCADO (S)

43. ¿Dónde o quienes compran Uds. Sus materias primas para la elaboración de sus Productos (joyas)?

a) A empresas

b) A intermediarios informales

c) A otros

44. ¿La materia prima de su empresa lo obtiene

a) Al contado

b) A crédito

c) otros medios.....

Sus productos cuentan con alguna marca

a) Si

b) No

45. Si cuenta, ¿Cuál es la marca?.....

46. ¿A quienes mayormente vende sus productos?

a) A Intermediarios

b) A consumidores

c) A Otros

47. A parte de la venta en este local, ¿Qué otros locales tiene Ud. o su empresa para vender su productos?

a) En esta localidad.....

b) En la ciudad de Huancayo.....

c) En la ciudad de Lima.....

d) En otras localidades.....

e) No tiene....

48. ¿Cómo realiza la comercialización de sus productos?

a) En forma directa

b) Con intermediarios

c) Con vendedores

d) Otros:.....

49. En que otros sitios vende Ud sus productos en:

a) Ferias

b) Galerías

d) Sucursales del negocio

c) Otros

50. ¿Cómo promueve Ud. La venta de sus Productos?

a) Con catálogos de sus productos

b) Participando en ferias

c) Mediante Internet

d) Otros medios

INFORME DE CONSULTORÍA

51. ¿Cómo enfrenta a la competencia?

- a) Vendiendo más barato
- b) Ofreciendo buen servicio
- c) Mejorando la calidad del producto
- d) Otro:

52. Algunas ves ha recibido Ud. algún premio por la calidad de sus productos

- a) si
- b) No

53. Qué Premio.....

54. ¿Pertenece Ud. alguna asociación de productores o comerciantes de artesanías?

- a) Si
- b) No

¿A qué asociación?

55. Si pertenece a una asociación ¿qué beneficios recibe?

- a) Apoyo crediticio
- b) Asesoría
- c) Capacitación
- d) Otro:

56. Ha recibido Ud. en los últimos 05 años alguna capacitación en:

Tipo de capacitación	Institución
a) En mejoramiento de diseños	
b) En ventas	
c) Organización y gestión empresarial	
d) Otros	

57. ¿Ha exportado alguna vez sus productos al extranjero?

- a) Si
- b) No

Porque.....

58. ¿Piensa algunas ves exportar?

- a) Si
- b) No

Porque.....

ORIENTACIONES VALORATIVAS

59. ¿Qué Innovaciones y mejoras ha hecho Ud. en su empresa para la producción de sus productos y para la venta de estos en los últimos cinco años?

.....

60. Cuantas horas diarias trabaja Ud. a diario

- a) De 4 a 8 horas
- b) De 9 a 12 horas
- c) De 13 a mas

61. ¿Qué significa para Ud. El trabajo que realiza día a día en su empresa?

- a) Contar con recursos económicos para mi familia
- b) Contar con recurso económicos para mi empresa
- c) Tener recursos para el progreso de mi empresa y familia
- d) Otros.....

62- ¿Qué personas toman las decisiones principales en la conducción de su empresa?

- a) Yo solo
- b) Yo y mi esposa
- c) Yo, mi esposa y mis hijos
- d) Mi esposa y mis hijos
- e) Yo y otros.....

63. ¿Qué haría si fracasara en esta actividad?

- a) Empezaría de nuevo
- b) Iniciaría otra actividad
- c) Buscaría un trabajo dependiente
- d) Otros.....

64. Ante alguna situación de adversidad, como la baja de ventas en el mercado. ¿Qué haría?

- a) Continuar en el negocio, buscando nuevos clientes y mercados
- b) Cambiar de negocio
- c) Cerrar el negocio
- d) Buscar otro trabajo
- e) otro.....

65. Señale tres valores que practica en la gestión de su empresa:

- a) Puntualidad
- b) Disciplina
- c) Deseo de superación
- d) Honradez
- e) Amor al trabajo
- f) Afán de ahorro – inversiones

66. ¿Qué es lo que más le motiva para seguir en esta actividad?

- a) contar con un trabajo y fuente de ingreso
- b) garantizar y construir un buen futuro para su familia
- c) Otro.....

67. ¿Se siente a gusto con este su trabajo actual?

- a) Si
 - b) No
- ¿Por qué?

68. ¿Quisiera que sus hijos trabajen en la misma labor?

- 1. Si
 - 2. No
- ¿Por qué?.....

69. ¿Considera que sus ingresos compensan sus esfuerzos?

- a) Si
 - c) No
- ¿Por qué?

70. En tu familia, ¿Qué otras personas se dedican a esta actividad por cuenta propia?

- a) Hermanos
- b) Primos
- c) Tíos
- d) Padres

e) Otros.....

71. ¿Cómo obtuvo recursos económicos para iniciarse en esta actividad?

- a) Trabajo y ahorros
- b) Préstamo familiar
- c) Prestamos de personas particulares
- d) Otros:

72. De sus trabajadores, ¿Cuántos son:

- a) Parientes?.....
- b) Paisanos?.....
- c) Compadres?
- d) Ahijados?
- e) Otros?

73. ¿Qué familiares suyos trabajan con ud. en esta actividad?

- a) padre
- b) madre
- c) cónyuge
- d) hermanos
- e) hijos
- f) otros:

74. ¿Qué labor desempeña su cónyuge en su empresa?

.....

75. ¿Qué labor desempeñan sus hijos en su empresa?

.....

PROYECTO DE FUTURO

76. ¿Cuáles son ideas y metas empresariales para de aquí a 5 años?

.....

77. ¿Cuáles son sus proyectos inmediatos para su negocio?

.....

.....

78. ¿De quienes espera tener apoyo para el logro de sus proyectos?

- a) De mi familia
- b) Del Empresas privadas
- c) Del Gobierno

79. ¿Se considera una persona que ha progresado y ha tenido éxito con su empresa?

- a) Si
- b) no

¿Por qué?

80. ¿Qué es lo que anhela para familia e hijos?

.....

.....

81. ¿En que invierte mayormente las utilidades de su trabajo?

.....

.....

82. ¿Qué le motiva a trabajar más?

- a) Obtener más ganancias
- b) Ahorrar para invertir
- c) Adquirir bienes para el bienestar familiar

- d) Garantizar la educación y mantención de su familia
- e) otro.....

83. ¿Qué bienes ha adquirido con el esfuerzo de su trabajo?

- a) Vivienda
- b) Muebles
- c) Electrodomésticos
- d) Auto
- e) Otra cosas.....

TRADICIONES CULTURALES

Religiosidad

84. ¿Cuáles son las imágenes de su devoción?

- a) Santos? :.....
- b) Vírgenes?.....
- c) Cruces? :.....
- d) Otras? :.....

85. ¿Qué le pide a sus principales imágenes religiosas?

.....

86. ¿Cree en supersticiones vinculadas al negocio, si cree, ¿cuáles son?

.....

87. ¿Efectuó algunas veces alguna cura a su persona contra el daño la envidia para que su negocio le vaya bien?

- a) Si
- b) No

¿Por qué?.....

ANEXO 07

IMÁGENES FOTOGRÁFICAS

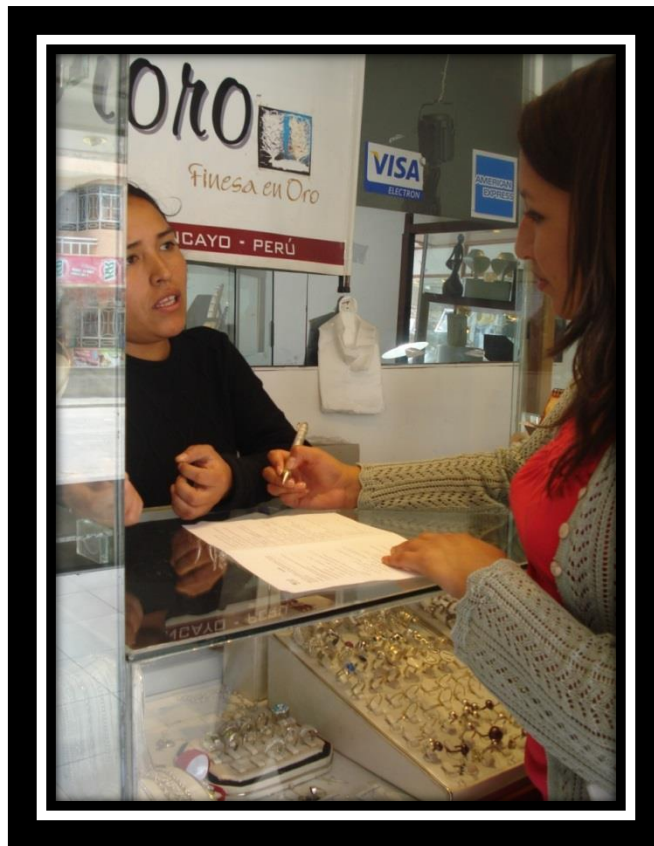
IMAGEN Nº 1 – COLABORADORA EN LA REPÚBLICA DE PERÚ

Lic. Maritza Paola Espinal Loyola, Colaboradora en la República de Perú,
conjuntamente con una conductora de una Unidad artesanal.



IMÁGENES Nº 2 – RECOLECCIÓN DE DATOS

Aplicación de Encuesta, y recolección de datos





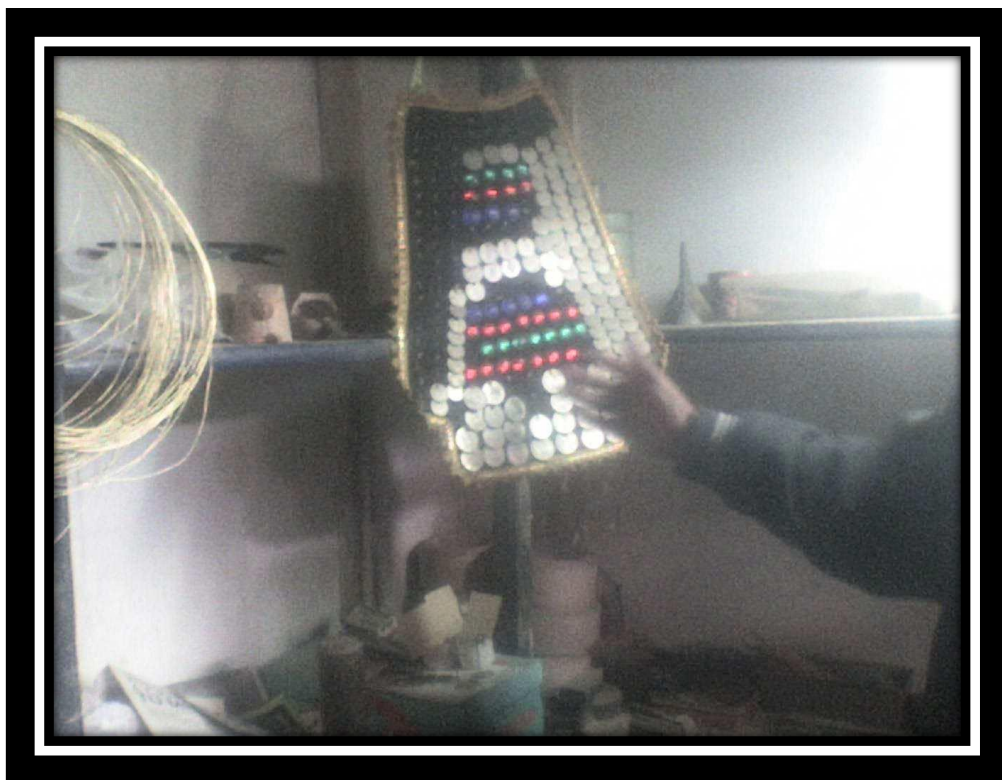
IMÁGENES Nº 3 - CONDUCTORES DE LAS UNIDADES ARTESANALES

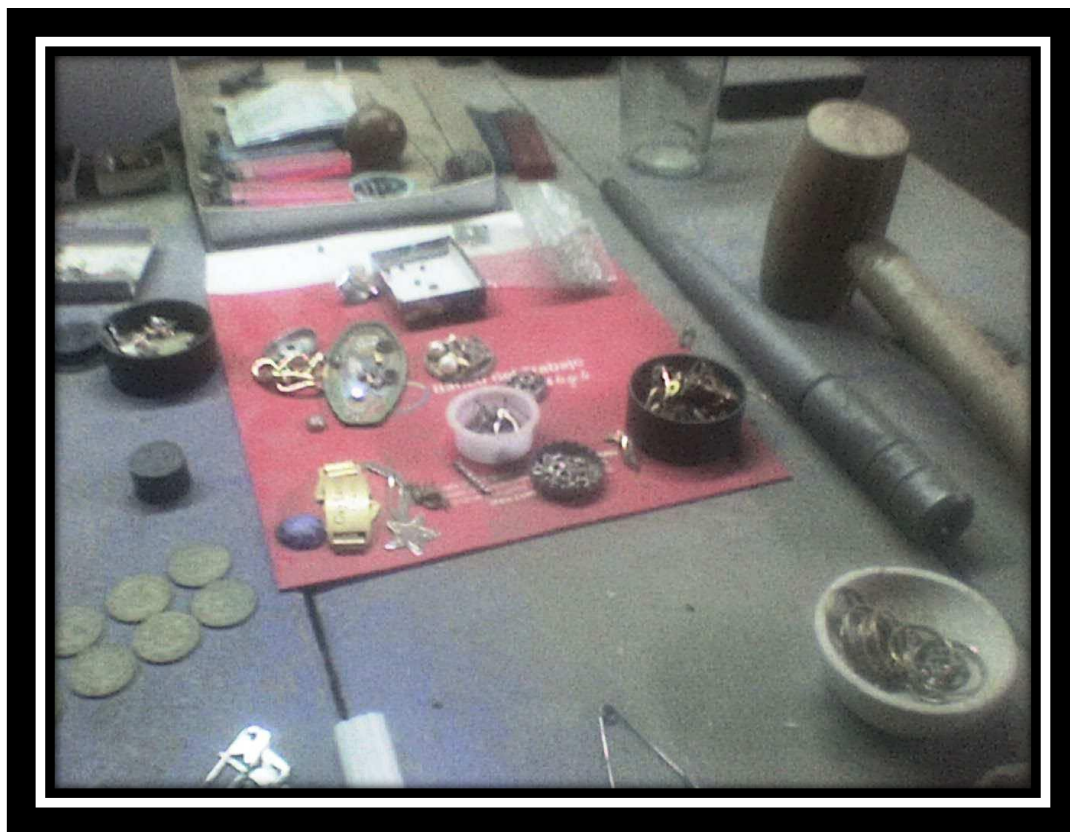




IMAGEN Nº 4 – TALLERES ARTESANALES







IMÁGENES Nº 5 - PRINCIPALES TALLERES






ANEXO 08

INSCRIPCION DE LA ASOCIACION DE ARTESANOS FILIGRANISTAS
ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERONIMO DE TUNAN

Partida N° 11155121

 SUNARP <small>SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS</small>	ZONA REGISTRAL N° VIII SEDE HUANCAYO OFICINA REGISTRAL HUANCAYO N° Partida: 11155121
	INSCRIPCION DE ASOCIACIONES ASOCIACION DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERONIMO DE TUNAN

REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS
RUBRO : CONSTITUCION DE ASOCIACIONES
 A00001

**CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIÓN CIVIL Y NOMBRAMIENTO DE
CONSEJO DIRECTIVO**

POR ASAMBLEA FUNDACIONAL CELEBRADA EL 06.06.2011 ELEVADA A ESCRITURA PÚBLICA EL 08.06.2011 ANTE LA NOTARIO DE CHILCA MERCEDES ALELUYA VILA, SE CONSTITUYE UNA ASOCIACION CIVIL, CUYO ESTATUTO ES EL SIGUIENTE:

ESTATUTO:

TITULO I. DENOMINACION, DURACION Y DOMICILIO:

ARTÍCULO. 1°.- LA ASOCIACIÓN QUE SE CONSTITUYE SE DENOMINA: **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERÓNIMO DE TUNAN.**

ARTÍCULO. 2°.- LA DURACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ES INDEFINIDA, COMENZANDO SUS ACTIVIDADES DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PUBLICO DE LA JURISDICCION.-

ARTÍCULO. 3°.- EL DOMICILIO DE LA ASOCIACIÓN, SE ESTABLECE EN EL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN, PROVINCIA DE HUANCAYO, REGION JUNIN, PUDIENDO APERTURAR FILIALES EN CUALQUIER LUGAR DE LA REGION DE JUNIN Y DE LA REPUBLICA.-

TITULO II.- DE LOS FINES.-

ARTÍCULO. 4°.- LA ASOCIACIÓN TIENE LOS SIGUIENTES FINES:

- FOMENTAR LA UNIÓN MUTUA Y UN ESPÍRITU DE FRATERNIDAD ENTRE LOS ASOCIADOS.
- CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO ECONOMICO DE LA REGION, BUSCANDO EL PROGRESO INDIVIDUAL Y GENERAL DE LOS MISMOS; ASI MISMO LA SOCIAION RECHAZA TODO TIPO DE MODELO POLITICO QUE PROMUEVA LA EXCLUSION SOCIAL EN SU SENTIDO MAS AMPLIO.
- PROMOVER LA FORMACION DE UNA INSTITUCION DE CARÁCTER ARTESANAL, CULTURAL Y SOCIAL.
- FOMENTAR LA SOLIDARIDAD Y LA ASISTENCIA MUTUA, LA PRACTICA DE VALORES ETICOS Y MORALES TENIENDO COMO BASE LOS DERECHOS PRIMOGENIOS Y FUNDAMENTALES DE LA PERSONA, QUE GARANTIZARAN SU SUPERVIVENCIA Y PARTICIPACIÓN EN SU REIVINDICACIÓN GLOBAL ENTRE LOS MIEMBROS DE NUESTRA ASOCIACION.
- PROMOVER EN TODAS SUS MANIFESTACIONES LA ARTESANIA, LOCAL, REGION Y NACIONAL.
- PROMOVER LA CREACION DE CENTROS DE INNOVACION, TECNOLOGICA (CITES) QUE PROMUEVAN LA ARTESANIA DE LA REGION JUNIN.
- PROMOVER Y DISEÑAR LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ARTICULOS DE ARTESANIA, LANAS Y FIBRAS, TEXTILES, PLATERIA, EN MATES BURILADOS Y OTRAS LINEAS ARTESANALES.
- PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TODA CLASE DE BIENES O SERVICIOS VINCULADOS A LA ARTESANIA LOCAL, REGIONAL NACIONAL E INTERNACIONAL.
- EXPORTACIÓN E IMPORTACION DE INSUMOS, PRODUCTOS ARTESANALES Y MAQUINARIAS RESPECTIVAMENTE.
- PROPICIAR RUEDAS DE NEGOCIOS RELACIONADOS A LA ARTESANIA Y GESTIONAR LA BUSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS.

HYO, 17 NOV. 2011

Página Número 1

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

El presente es una copia certificada de la presente escritura original.
 CERTIFICADOR
 REG. JUNIN N° 125 - 2003 - JUNIN - SIYQUEZ - F. 09 - 05 - 03

FORMULARIO DE PUBLICIDAD

SERIE 001 0367298

Partida N° 11155121



SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

ZONA REGISTRAL N° VIII SEDE HUANCAYO
OFICINA REGISTRAL HUANCAYO
N° Partida: 11155121

K)	PARTICIPAR EN FERIAS LOCALES, REGIONALES Y NACIONALES	INTERNACIONALES.-
L)	CAPACITAR EN DISEÑO Y MANEJO TECNICO PRODUCTIVO DE LAS ACTIVIDADES ARTESANALES DE LA ASOCIACION.	
M)	GESTIONAR FUENTES DE FINANCIAMIENTO NACIONAL E INTERNACIONAL DONACIONES, PRESTAMOS, ETC.	
N)	GESTIONAR DONACIONES DE INSUMOS, MAQUINARIAS E INFRAESTRUCTURA PARA LA MODERNACION DE LOS DE LOS TALLERES ARTESANALES Y LA ASOCIACION ANTE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS NACIONALES E INTERNACIONALES.	
O)	CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNABILIDAD Y CONSOLIDACION DEL SISTEMA DEMOCRATICO EN LOS GOBIERNOS LOCALES, REGIONALES Y NACIONAL, EN EL MARCO DEL PROCESO DE DESCENTRALIZACION.	
P)	GENERAR SOLUCIONES DE ALTA CALIDAD, EN LA OPERACION DE PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVERSION SOCIAL DEL ESTADO, PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA PRIVADA Y DE LA COOPERACION INTERNACIONAL.	
Q)	INTERMEDIAR, PARTICIPAR Y MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS POBLACIONES VULNERABLES.	
R)	FOMENTAR Y PROPICIAR LA EXPORTACION DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES PRODUCIDOS POR NUESTROS ASOCIADOS.	
S)	INCREMENTAR LA DIVERSIFICACION DE MERCADOS EN LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES PRODUCIDOS POR LOS ASOCIADOS.	
T)	AMPLIAR SU CAPACIDAD DE ABASTECIMIENTO A NICHOS DE MERCADOS EXIGENTES Y DE EXPORTACION AGREGANDO VALOR A SUS PRODUCTOS Y POSICIONANDO SU PARTICIPACION EN LOS MERCADOS LOCALES, REGIONALES Y NACIONALES.	
U)	CONTRIBUIR Y DEFENDER LA IDENTIDAD CULTURAL LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL ADEMAS DE LA PUESTA EN PRÁCTICA Y LA DIFUSIÓN DEL FOLKLORE Y BUENAS COSTUMBRES DE NUESTRA REGIÓN.	
V)	PROMOVER LA CREACION Y PRODUCCION EN PLATERIA Y ORFEBRERIA.	
SE ENTIENDE INCLUIDOS EN LOS FINES, DESCRITOS LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE TALES FINES.		

TITULO III. DE LOS BIENES QUE INTEGRAN EL PATRIMONIO.

ARTÍCULO 5.- CONSTITUYE PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN.- A).- LOS BIENES MUEBLES E INMUEBLES ADQUIRIDOS EN PROPIEDAD, SEAN A TÍTULO ONEROSO O GRATUITO. B).- LOS FONDOS PROVENIENTES POR LAS COTIZACIONES ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS DE LOS ASOCIADOS.- C).- LAS DONACIONES LEGADOS Y OTROS RECURSOS QUE RECIBA LA ASOCIACIÓN DE PERSONAS NATURALES, JURÍDICAS NACIONALES E INTERNACIONALES.- D).- LOS INGRESOS PROVENIENTES DEL DESARROLLO DE SUS ACTIVIDADES.-

ARTÍCULO 6°.- LAS ACTIVIDADES GREMIALES DE LA ASOCIACIÓN, SERÁN FINANCIADAS CON SUS PROPIOS FONDOS.- LA ASAMBLEA GENERAL DETERMINARÁ LA FORMA Y EL MONTO DE LAS APORTACIONES QUE SE APLICARÁN A LOS ASOCIADOS PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.-

ARTÍCULO 7º.- EN LA ADMINISTRACIÓN DEL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN Y DE LOS RESULTADOS DE LAS OPERACIONES QUE REALICE, CUANDO RESULTEN UTILIDADES AL CIERRE DE LOS EJERCICIOS ECONÓMICOS, NO PODRÁN DISTRIBUIRSE ENTRE LOS ASOCIADOS DIRECTA NI INDIRECTAMENTE LAS RENTAS DE LA ASOCIACIÓN.-

TITULO IV. CONSTITUCION Y FUNCIONAMIENTO DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS Y CONSEJO DIRECTIVO.-

ARTÍCULO 8º.- CONSTITUYEN ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA ASOCIACIÓN: A).- LA ASAMBLEA GENERAL Y B).- EL CONSEJO DIRECTIVO.-

CAPITULO I. DE LA ASAMBLEA GENERAL.-

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

Página Número 2

SERIE 001 0367299

INFORME DE CONSULTORÍA

105121



SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

ZONA REGISTRAL N° VIII SEDE HUANCAYO
OFICINA REGISTRAL HUANCAYO
N° Partida: 11155121

INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES ASOCIACION DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERONIMO DE TUNAN

ARTÍCULO 9°.- LA ASAMBLEA GENERAL ES LA MÁXIMA AUTORIDAD DE LA ASOCIACIÓN, Y ESTÁ CONSTITUIDA POR LOS ASOCIADOS, SUS ACUERDOS OBLIGAN A TODOS LOS ASOCIADOS EN CUANTO SEAN ADOPTADOS DE CONFORMIDAD CON LAS NORMAS LEGALES VIGENTES.

ARTÍCULO 10°.- LA ASAMBLEA GENERAL PODRÁ REUNIRSE ORDINARIA Y EXTRAORDINARIAMENTE.

ARTÍCULO 11°.- LA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA, ES DE CARÁCTER OBLIGATORIO E IMPOSTERGABLE CUYA OMISIÓN, GENERA RESPONSABILIDAD DE TIPO ADMINISTRATIVO, CIVIL Y EN ALGUNOS CASOS PENAL Y SE REALIZARÁN TRES VECES AL AÑO PREVIA CONVOCATORIA DE LA SIGUIENTE MANERA:

A). LA PRIMERA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA: EN EL MES DE MARZO PARA REFRENDAR LO SIGUIENTE. EL BALANCE ECONÓMICO DEL AÑO FENECIDO.- INFORME ANUAL DE CONSEJO DIRECTIVO SOBRE LA MARCHA DE LA ASOCIACIÓN AL FISCAL.

B). LA SEGUNDA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA: EN EL MES DE JULIO PARA REFRENDAR Y ANALIZAR LO SIGUIENTE. SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA ASOCIACIÓN EN EL PRIMER SEMESTRE, A TRAVÉS DEL BALANCE DE DICHO PERÍODO.- INFORME SEMESTRAL DEL FISCAL SOBRE LA MARCHA DE LA ASOCIACIÓN Y DEL CONSEJO DIRECTIVO.- EVALUACIÓN DEL TRABAJO DEL CONSEJO DIRECTIVO, EN ALGUNOS CASOS, CAMBIOS DE LA MISMA.

C).- TERCERA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA: EN EL MES DE DICIEMBRE PARA REFRENDAR LO SIGUIENTE: ELEGIR O RATIFICAR AL NUEVO CONSEJO DIRECTIVO LA RATIFICACIÓN O REELECCIÓN SOLO SE HACE POR UN PERÍODO MÁS.- REALIZAR LA MEMORIA DE GESTIÓN.

ARTÍCULO 12°.- LA ASAMBLEA GENERAL SE REUNIRÁ EN FORMA EXTRAORDINARIA, CUANTAS VECES SEA NECESARIO, EN LOS SIGUIENTES CASOS: A).- MODIFICAR EL ESTATUTO. B).- AUTORIZAR AL CONSEJO DIRECTIVO LA ENAJENACIÓN DE BIENES MUEBLES DE MAYOR CUANTÍA Y/O INMUEBLES. C).- DESTITUIR POR CAUSA JUSTIFICADA A LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO. D).- OTROS ASUNTOS QUE POR SU IMPORTANCIA REBASAN LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO.

ARTÍCULO 13°.- PARA LA VALIDEZ DE LAS REUNIONES DE ASAMBLEA GENERAL SE REQUIERE, EN PRIMERA CONVOCATORIA, LA CONCURRENCIA DE MÁS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS.- EN SEGUNDA CONVOCATORIA, BASTA LA PRESENCIA DE CUALQUIER NÚMERO DE ASOCIADOS.- LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON EL VOTO DE MÁS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS CONCURRENTES.- PARA MODIFICAR EL ESTATUTO O PARA DISOLVER LA ASOCIACIÓN SE REQUIERE, EN PRIMERA CONVOCATORIA, LA ASISTENCIA DE MÁS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS.- LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON EL VOTO DE MÁS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS CONCURRENTES.- EN SEGUNDA CONVOCATORIA, LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON LOS ASOCIADOS QUE ASISTAN Y QUE REPRESENTEN NO MENOS DE LA DÉCIMA PARTE.- LOS ASOCIADOS PUEDEN SER REPRESENTADOS EN LA ASAMBLEA GENERAL POR OTRA PERSONA INCLUSIVE POR OTRO ASOCIADO.- LA REPRESENTACIÓN SE OTORGA POR ESCRITURA PÚBLICA, TAMBIÉN PUEDE CONFERIRSE POR OTRO MEDIO ESCRITO Y SOLO CON CARÁCTER ESPECIAL PARA CADA ASAMBLEA.

ARTÍCULO 14°.- LA CONVOCATORIA PARA LA ASAMBLEA GENERAL SERÁ EFECTUADA POR EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN, SEÑALANDO EL DÍA, HORA, LUGAR Y AGENDA A TRATAR. A). LA CONVOCATORIA A ASAMBLEA ORDINARIA DEBERÁ HACERSE CON 10 DÍAS DE ANTICIPACIÓN, MEDIANTE ESQUELAS, CORREO ELECTRÓNICO U OTRO MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA TOMAR CONOCIMIENTO EFECTIVO DE LA CONVOCATORIA, QUE SERÁN ENTREGADAS EN EL DOMICILIO DEL ASOCIADO O ALTERNATIVAMENTE EN LUGAR DE TRABAJO PERMANENTE DEL ASOCIADO.- B). LA CONVOCATORIA A ASAMBLEA EXTRAORDINARIA DEBERÁ HACERSE CON 03 DÍAS DE ANTICIPACIÓN, MEDIANTE ESQUELAS, CORREO ELECTRÓNICO U OTRO MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA TOMAR CONOCIMIENTO EFECTIVO DE LA CONVOCATORIA, QUE SERÁN

zchimaic/0201 IMPRESION:17/11/2011 11:25:00 Pagina 3 de 8
No existen Titulos Pendientes y/o Suspendidos

VIII
HUANCAYO
17/11/2011

NOV. 2011

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

Página Número 3
Luis Silva
SECRETARIO
Reg. Int. N° 123-2003-REG.-SUNARP.-F.03-05-03

FORMULARIO DE PUBLICIDAD

SERIE 001 0367300

INFORME DE CONSULTORÍA

105121



SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

ZONA REGISTRAL N° VIII SEDE HUANCAYO
OFICINA REGISTRAL HUANCAYO
N° Partida: 11155121

INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES ASOCIACION DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERONIMO DE TUNAN

DEL PRESIDENTE, EN SU CALIDAD DE MIEMBRO INTEGRANTE DEL CONSEJO DIRECTIVO.- B).- LLEVAR AL DÍA EL LIBRO DE ACTAS DEL CONSEJO DIRECTIVO Y DE LA ASAMBLEA GENERAL.- C).- TRANSCRIBIR LOS ACUERDOS DE LA ASAMBLEA GENERAL Y CONSEJO DIRECTIVO.- D).- MANTENER ACTUALIZADO EL LIBRO DE REGISTRO DE ASOCIADOS Y ARCHIVOS DE LA ASOCIACIÓN.

ARTÍCULO 26°.- EL TESORERO ES DEPOSITARIO Y RESPONSABLE DEL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN SUS FUNCIONES Y ATRIBUCIONES SON LOS SIGUIENTES: A).- AUTORIZAR MANCOMUNADAMENTE CON EL PRESIDENTE LOS DOCUMENTOS DE PAGO Y COBRO.- B).- VELAR PARA QUE LA CONTABILIDAD SEA LLEVADA CONFORME A LEY.- C).- FORMULAR Y PRESENTAR EL PROYECTO DE PRESUPUESTO, PROGRAMA ANUAL Y BALANCE GENERAL Y SUS ANEXOS AL FINAL DE CADA EJERCICIO ECONÓMICO.- D).- SUSCRIBIR LOS RECIBOS Y DOCUMENTOS DE INGRESOS Y EGRESOS.- E).- INFORMAR AL CONSEJO DIRECTIVO EN LAS SESIONES ORDINARIAS ACERCA DEL MOVIMIENTO ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN.

ARTÍCULO 27°.- SON FUNCIONES DEL FISCAL: A).- DENUNCIAR ANTE EL CONSEJO DIRECTIVO Y LA ASAMBLEA GENERAL LAS IRREGULARIDADES QUE SE COMETEN SOBRE EL CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE ESTATUTO POR PARTE DE LOS ASOCIADOS Y LOS DIRECTIVOS.- B).- ACEPTAR LAS DENUNCIAS, TRAMITAR E INFORMAR A SU CONSEJO DIRECTIVO O A LA ASAMBLEA GENERAL.- C).- DICTAMINAR EN TODA DISCUSIÓN O ACUSACIÓN ENTRE ASOCIADOS.- D).- INFORMAR CUANDO EL CONSEJO DIRECTIVO ASÍ LO REQUIERE.- E).- EN CASO DE AUSENCIA DEL PRESIDENTE, VICEPRESIDENTE Y EL SECRETARIO, ASUMIRÁ LAS FUNCIONES DE ESTOS, DANDO CUENTA AL PRESIDENTE EN SU OPORTUNIDAD.- F).- REALIZAR TODAS LAS ACTIVIDADES DE PROCURACIÓN Y DEFENSA LEGAL DE LA ENTIDAD.- G).- VIGILAR Y SUPERVISAR TODOS LOS TRAMITES, CONVENIOS Y CONTRATOS DE LA ASOCIACIÓN, ASÍ COMO EL MOVIMIENTO ECONOMICO.- H).- FISCALIZAR Y REVISAR LAS CUENTAS.

ARTÍCULO 28°.- SON FUNCIONES DE LOS VOCALES: CUIDAR DE LA EXACTA OBSERVANCIA DE LOS ESTATUTOS, ASÍ COMO DE LOS ACUERDOS DE LAS ASAMBLEAS GENERALES DEL CONSEJO DIRECTIVO, EJERCENDO LAS RELACIONES PÚBLICAS DE LA ASOCIACIÓN ASIMISMO REEMPLAZARÁ AL TESORERO O SECRETARIO EN CASO DE AUSENCIA.

TÍTULO V. DE LOS ASOCIADOS.

ARTÍCULO 29°.- EXISTEN DOS CLASES DE ASOCIADOS: A).- FUNDADORES Y B).- ADHERENTES. LOS ASOCIADOS FUNDADORES SON AQUELLOS QUE SUSCRIBIERON EL ACTA DE FUNDACIÓN O CONSTITUCIÓN; Y, ADHERENTES AQUELLOS ASOCIADOS QUE SE INTEGRARON A LA ASOCIACIÓN POSTERIORMENTE. LOS REQUISITOS PARA LA ADMISIÓN DE ASOCIADOS ES: A) LA PRESENTACIÓN DE UNA SOLICITUD DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO, CUYA ACEPTACIÓN SE REALIZARA EN UNA REUNIÓN EXTRAORDINARIA DE ASOCIADOS CON LA VOTACIÓN DE MÁS DE LA MITAD DE LOS MIEMBROS CONCURRENTES, B) PAGAR LA INSCRIPCIÓN Y/O APOORTE APROBADO POR LA ASAMBLEA, ASIMISMO LA INCORPORACIÓN SERÁ PREVIA EVALUACIÓN Y CONSTATAción DE UN TALLER DE PRODUCCIÓN DE UN NUEVO ASOCIADO Y C) ACEPTAR EXPRESAMENTE LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL PRESENTE ESTATUTO.

ARTÍCULO 30°.- LA CALIDAD DE ASOCIADO SE PIERDE POR: A) RENUNCIA VOLUNTARIA MEDIANTE CARTA DIRIGIDA AL CONSEJO DIRECTIVO. B).- APARTARSE DE LA ASOCIACIÓN Y OLVIDARSE DE SUS OBLIGACIONES CONTRAÍDAS, POR UN PERÍODO MAYOR A LOS TRES MESES.- C).- POR TENER SENTENCIA CONSENTIDA POR DELITOS RELACIONADOS QUE PERJUDIQUEN LOS FINES DE LA ASOCIACIÓN.- D).- POR DECISIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL.- SE PUEDE RECUPERAR LA CONDICIÓN DE ASOCIADO MEDIANTE LA SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO NUEVO ASOCIADO, PREVIA EVALUACIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL.

NOV 17 2011

Página Número 6

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

EMERIO DIAZ SILVA
CERTIFICADOR
Res. Jafal. 17/120-2011-20111-HUANCAYO-F-14-1

FORMULARIO DE PUBLICIDAD

SERIE 001 0367303

INFORME DE CONSULTORÍA

1155121



SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

ZONA REGISTRAL N° VIII SEDE HUANCAYO
OFICINA REGISTRAL HUANCAYO
N° Partida: 11155121

INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES ASOCIACION DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERONIMO DE TUNAN

ARTÍCULO 31°.- LAS SANCIONES A LOS ASOCIADOS QUE INCUMPLAN LAS DISPOSICIONES DEL PRESENTE ESTATUTO, DEL REGLAMENTO INTERNO Y/O LOS ACUERDOS ADOPTADOS EN ASAMBLEA GENERAL CONTENIDOS EN EL LIBRO DE ACTAS CORRESPONDIENTE, SERÁN DE ACUERDO A SU GRAVEDAD CON: **A).- AMONESTACIÓN.- B).- MULTAS.- C).- SUSPENSIÓN.- D).- EXCLUSIÓN.**

ARTÍCULO 32°.- PARA LOS EFECTOS DEL ARTÍCULO ANTERIOR, SE OBSERVARÁ EL SIGUIENTE PROCEDIMIENTO: **A).- CONOCIDA LA FALTA, EL CONSEJO DIRECTIVO HARÁ LAS CONSTATAIONES PARA OBTENER LAS PRUEBAS NECESARIAS, QUE RESPALDEN SU ACUSACIÓN.- B).- ESTUDIADAS LA PRUEBAS Y DESLINADAS LAS RESPONSABILIDADES, EL CONSEJO DIRECTIVO DARÁ SU VEREDICTO APLICANDO LA SANCIÓN CORRESPONDIENTE.-**

TÍTULO VI. DERECHOS Y DEBERES DE LOS ASOCIADOS.-

ARTÍCULO 33°.- SON DERECHOS DE LOS ASOCIADOS FUNDADORES: **A).- PARTICIPAR CON VOZ Y VOTO EN TODAS LAS REUNIONES FORMALES DE CONFORMIDAD CON EL ESTATUTO.- B).- ELEGIR Y SER ELEGIDO PARA LOS CARGOS DIRECTIVOS Y COMISIONES ORGÁNICAS.- C).- TENER ACCESO A LOS LIBROS SOCIALES, CONTABLES Y OTROS DE INTERÉS DE LOS ASOCIADOS.- D).- UTILIZAR LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA ASOCIACIÓN A SUS ASOCIADOS.- ASIMISMO SON DERECHOS DE LOS ASOCIADOS ADHERENTES: A).- PARTICIPAR CON VOZ, Y VOTO EN TODAS LAS REUNIONES FORMALES DE CONFORMIDAD CON EL ESTATUTO.- B).- ELEGIR PARA LOS CARGOS DIRECTIVOS Y COMISIONES ORGÁNICAS.- C).- TENER ACCESO A LOS LIBROS SOCIALES, CONTABLES Y OTROS DE INTERÉS DE LOS ASOCIADOS.- D).- UTILIZAR LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA ASOCIACIÓN A SUS ASOCIADOS.- E).- PARA SER ELEGIDO DEBERÁ TENER POR LO MENOS NUEVE MESES DE ASOCIADO ACTIVO.-**

ARTÍCULO 34°.- SON DEBERES DE LOS ASOCIADOS FUNDADORES Y ADHERENTES LOS SIGUIENTES: **A).- PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN LA REALIZACIÓN Y/O EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE DESARROLLO INSTITUCIONAL.- B).- ABONARAN PUNTUALMENTE LA COTIZACIÓN QUE FIJE LA ASAMBLEA GENERAL.- C).- CUMPLIR Y HACER CUMPLIR Estrictamente EL PRESENTE ESTATUTO, LAS DISPOSICIONES EMANADAS POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS Y POR EL CONSEJO DIRECTIVO.- D).- COOPERAR EL DESARROLLO DE LA ASOCIACIÓN APORTANDO IDEAS, SUGERENCIAS, ETC. ASUMIENDO RESPONSABILIDAD PARA EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO APROBADO.- E).- PRESTAR SU CONCURSO PERSONAL EN TODOS LOS EVENTOS QUE programe LA ASOCIACIÓN.- F).- ASISTIR PUNTUALMENTE A LAS ASAMBLEAS GENERALES Y DEMÁS CONVOCADAS POR EL CONSEJO DIRECTIVO.- G).- ASISTIR OBLIGATORIAMENTE A LOS TRABAJOS PROGRAMADOS POR LA ASAMBLEA GENERAL Y/O EL CONSEJO DIRECTIVO, PARA EL PROGRESO Y DESARROLLO DE LA ASOCIACIÓN.- H).- CUMPLIR LOS ENCARGOS QUE LE ASIGNE LA ASAMBLEA GENERAL Y EL CONSEJO DIRECTIVO.- I).- PAGAR LAS CUOTAS EXTRAORDINARIAS ACORDADAS EN ASAMBLEA GENERAL.- J).- RESPETARSE ENTRE SÍ; EVITANDO HACER COMENTARIOS ANTOJADIZOS, BAJO PENA DE SANCIÓN DISCIPLINARIA O DESTITUCIÓN, SEGÚN EL CASO A QUE HUBIERA LUGAR.-**

TÍTULO VII. REQUISITOS PARA LA MODIFICACION DEL ESTATUTO.-

ARTÍCULO 35°.- EL PRESENTE ESTATUTO PODRÁ SER MODIFICADO EN CUANTO ASI LO REQUIERA LA BUENA MARCHA DE LA ASOCIACIÓN, PARA CUYO EFECTO EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO, CONVOCARÁ A LA ASAMBLEA GENERAL, REQUIRIÉNDOSE EL QUÓRUM Y VOTACIÓN ESTABLECIDA EN EL ART. 13° DE ESTE ESTATUTO.-

TÍTULO VIII. DE LAS ELECCIONES.-

ARTÍCULO 36°.- LAS ELECCIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO SE EFECTUARÁ CADA DOS AÑOS, EN LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA, CONVOCADA PARA TAL FIN BAJO MECANISMO DE PROPUESTA LIBRE O POR PLANCHA, LOS ACUERDOS

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

Página Número 7
Res. J. del N° 124-97-SUNARP - 11/11/2011

FORMULARIO DE PUBLICIDAD

SERIE 001 0367304

INFORME DE CONSULTORÍA



ZONA REGISTRAL N° VIII SEDE HUANCAYO
OFICINA REGISTRAL HUANCAYO
N° Partida: 11155121

INSCRIPCION DE ASOCIACIONES ASOCIACION DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERONIMO DE TUNAN

ADOPTARÁN DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ART. 13° DE ESTE ESTATUTO.-

TITULO IX.- DISOLUCION Y LIQUIDACION DE LA ASOCIACION.-

ARTÍCULO 37.- PROCEDE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN EN LOS SIGUIENTES CASOS: 1).- POR NO HABER CUMPLIDO SU FINALIDAD PARA EL CUAL FUE CREADA.- 2).- POR DECISIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA, CONVOCADA PARA ESTE FIN, A SOLICITUD DE NO MENOS DEL 20% PARTE DE LOS ASOCIADOS HÁBILES.- PARA LA ADOPCIÓN DE ACUERDOS SE REQUIERE EL QUÓRUM DELIBERATIVO Y RESOLUTIVO SIGUIENTE: A).- EN PRIMERA CONVOCATORIA, SE REQUIERE LA ASISTENCIA DE MAS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS, LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON EL VOTO DE MAS DE LA MITAD DE LOS MIEMBROS CONCURRENTES.- B).- EN SEGUNDA CONVOCATORIA, LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON LOS ASOCIADOS QUE ASISTAN Y QUE REPRESENTEN NO MENOS EL 20%, DE LOS ASOCIADOS.-

TITULO X.- DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

PRIMERO.- POR ESTA UNICA VEZ EL PERIODO DE VIGENCIA DEL PRIMER CONSEJO DIRECTIVO, SERÁ DESDE LA FECHA QUE SE INSCRIBA EL ACTO CONSTITUTIVO EN LOS REGISTROS PÚBLICOS HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012, SUBSIGUIENTEMENTE SUS PERIODOS SERAN POR BIENIOS.

NOMBRAMIENTO DEL CONSEJO DIRECTIVO.-

1. PRESIDENTE:	ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ	DNI 44573635
2. VICE-PRESIDENTE:	PEDRO JACINTO SEDANO SANABRIA	DNI 09962791
3. SECRETARIA:	YANET BETSY QUICHIZ PAHUACHO	DNI 19896318
4. TESORERA:	ROSA BERTA ORGEDA DE GUTIERREZ	DNI 10367602
5. FISCAL:	RONALD NESTOR MEZA GUERRA	DNI 19965201
6. VOCAL:	PABLO MIGUEL MAYTA ZARATE	DNI 20108169
7. VOCAL:	LEIS ESPINOZA FERNANDEZ	DNI 19970293

EL ACTA FUE EXTRAIDA DE FOJAS 3 A 15 DEL PRIMER LIBRO DE ACTAS LEGALIZADO EL 14.03.2011 CON REGISTRO 305 DE LA NOTARÍA DE CHILCA MERCEDES ALELUYA VILA.-

El titulo fue presentado el 16/06/2011 a las 11:59:30 AM horas, bajo el N° 2011-00022330 del Tomo Diario 0091. Derechos cobrados S/.53.00 nuevos soles con Recibo(s) Número(s) 00010294-06.- HUANCAYO, 16 de Junio de 2011.

ZONA REGISTRAL N° VIII
OFICINA REGISTRAL DE HUANCAYO

Abog. José L. Farián Silva
REGISTRADOR PÚBLICO
REGISTRO DE PREDIOS

RECEBIDO N° VIII
OFICINA REGISTRAL HUANCAYO
17 NOV. 2011

EMERSON SILVA
REGISTRADOR
C.R. N° 126-2003-22VH-SUNARP-F-05-05-03

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

Página Número 8

FORMULARIO DE PUBLICIDAD

SERIE 001 0367305

ANEXO 09

MINUTA DE CONSTITUCION DE LA ASOCIACION DE ARTESANOS
FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA DE SAN JERONIMO DE TUNAN



PRIMER

TESTIMONIO

INSTRUMENTO: MIL DOSCIENTOS TREINTA Y CUATRO.
FOJAS: DOS MIL CUATROCIENTOS DIECIOCHO VUELTA.

KARDEX: 4403.
AÑO: 2011.

CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACION DENOMINADO: ASOCIACION DE ARTESANOS
FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERONIMO DE TUNAN, - OTORGADO POR:
DON ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ.-----

INTRODUCCION: EN EL DISTRITO DE CHILCA, PROVINCIA DE

HUANCAYO, REGION JUNIN, REPUBLICA DEL PERU, A LOS OCHO DIAS DEL MES DE
JUNIO DEL AÑO DOS MIL ONCE, ANTE MÍ, MERCEDES MARIA ALELUYA VILA,
IDENTIFICADA CON DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD NÚMERO 19978169,
LIRRETA MILITAR NÚMERO 2604818647, REGISTRO DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE
JUNIN NÚMERO 039, REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE NÚMERO 10199781699,
ABOGADO NOTARIO PÚBLICO DE LA PROVINCIA DE HUANCAYO, QUI AUTORIZA Y
FINMA: COMPRENDE:-----

DON ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ, CON DNI N° 44573635, DE
OCCUPACIÓN ARTESANO, DE ESTADO CIVIL SOLTERO, DOMICILIADO EN LA
CARRETERA CENTRAL N° 871, DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN,
PROVINCIA DE HUANCAYO, REGION JUNIN, QUIEN PROCEDE EN REPRESENTACION DE
LA ASOCIACION SEGÚN ACTA DE CONSTITUCION A INSERTARSE MAS ADELANTE, EL
COMPARECIENTE ES PERUANO, SUPRAGANTE, MAYOR DE EDAD, HÁBIL PARA
CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS E INSTRUIDO EN EL IDIOMA CASTELLANO A
QUIEN DE HABERLO IDENTIFICADO DOY FE, ASÍ COMO DE HABER DADO
COMPLIMIENTO CON LAS PRESCRIPCIONES DE LOS ARTÍCULOS CINCUENTITRÉS AL
CINCUENTICINCO DEL DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO MIL CUARENTA Y
NOVE, Y ME ENTREGA UNA MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACION, PARA
QUE SU CONTENIDO SE ELEVE A ESCRITURA PÚBLICA, LA MISMA QUEDA ARCHIVADA
EN SU LEGAJO RESPECTIVO, BAJO EL NÚMERO CORRESPONDIENTE, CUYO TENOR
LITERAL ES EL SIGUIENTE:-----

MINUTA NÚMERO: OCHOCIENTOS VEINTICUATRO.-----

SEÑORA NOTARIA: SÍRVASE UD. EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS
PUBLICAS, UNA DE CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACION, QUE OTORGA DON
ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ, CON DNI N° 44573635, DE OCUPACIÓN
ARTESANO, DE ESTADO CIVIL SOLTERO, DOMICILIADO EN LA CARRETERA CENTRAL
N° 871, DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN, PROVINCIA DE HUANCAYO,
REGION JUNIN, QUIEN PROCEDE EN REPRESENTACION DE LA ASOCIACION A
CONSTITUIRSE, FACULTADO SEGÚN ACTA DE CONSTITUCION, BAJO LOS TÉRMINOS Y
CONDICIONES DE LAS CLÁUSULAS SIGUIENTES:-----

PRIMERA.- LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA
SAN JERÓNIMO DE TUNAN, SE CONSTITUYO POR ACTA DE FECHA 06 DE JUNIO DEL
AÑO 2011, AL AMPARO DEL ART. 2 INC. 13 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL
PERÚ, REGULÁNDOSE POR LO DISPUESTO ART. 90 Y SIGUIENTES DEL CÓDIGO
CIVIL, Y DEMÁS NORMAS APLICABLES Y CONCORDANTES A ESTE TIPO DE
ORGANIZACIONES.-----

MERCEDES M. ALELUYA VILA
ABOGADO - NOTARIO DE CHILCA

NOTARIA ALELUYA VILA

INFORME DE CONSULTORÍA

SEGUNDA.- EL OTORGANTE DANDO CUMPLIMIENTO AL ACTA ANTES MENCIONADA A FIN DE OBTENER LA PERSONERÍA JURÍDICA DECLARA FORMALMENTE CONSTITUIDA LA ASOCIACION DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERÓNIMO DE TUNAN, CUYO ESTATUTO Y NOMBRAMIENTO DEL PRIMER CONSEJO DIRECTIVO, CONSTA AMPLIAMENTE EN LA REFERIDA ACTA, QUE HA DE INSERTARSE EN LA ESCRITURA PUBLICA QUE ESTA MINUTA GENERE.-

USTED SEÑORA NOTARIA SIVARSE FORMALIZAR LA PRESENTE CONFORME A LEY. HUANCAYO, 07 DE JUNIO DEL 2011.-

FIRMA: MIGUEL ANGEL CALLE LOPEZ - ABOGADO - CAL. 38074.-

FIRMA Y HUELLA DACTILAR: ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ.-

ANOTACIÓN.- ENÉVESE A ESCRITURA PUBLICA CON LAS FORMALIDADES DE LEY. FECHA UT SUPRA.- FIRMA: MERCEDES M. ALELUYA VILA - NOTARIA DE CHILCA - HUANCAYO - SELLOS DE LA NOTARIA.-

CONSTANCIA.- DOY FE HABER TENIDO A LA VISTA EL PRIMER LIBRO DE ACTAS DE CIENTO FOLIOS SIMPLES, PERTENECIENTES A LA: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERÓNIMO DE TUNAN, DEBIDAMENTE LEGALIZADO POR ANTE ESTE MISMO DESPACHO (NOTARIA MERCEDES M. ALELUYA VILA), CON FECHA CATORCE DE MARZO DEL AÑO DOS MIL ONCE, AL QUE SE LE ASIGNO EL NUMERO TRESCIENTOS CINCO DE MI REGISTRO CRONOLÓGICO DE LEGALIZACIONES DE APERTURA DE LIBROS Y HOJAS SUELTAS, Y HE CONSTATADO QUE DE FOJAS TRES (03) A FOJAS QUINCE (15) SE HALLA UN ACTA CUYO TENOR LITERAL ES COMO SIGUE:-

"ACTA DE CONSTITUCIÓN" EN EL DOMICILIO UBICADO EN EL DISTRITO DE SAN JERONIMO DE TUNAN, PROVINCIA DE HUANCAYO, REGION JUNIN, SIENDO LAS 9:00 A.M. DEL DÍA SEIS DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL ONCE, SE REUNIERON UN GRUPO DE PERSONAS QUIENES AL FINAL SUSCRIBEN, PRESIDE LA REUNIÓN EL SR. ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ, ACTUANDO COMO SECRETARIA LA SRTA. YANET BETSY QUICHIZ PAHUACHO.- EL PRESIDENTE MANIFESTÓ, QUE ESTA REUNIÓN TIENE POR FINALIDAD, CONSTITUIR UNA ASOCIACIÓN CIVIL, LA MISMA QUE SE ENCUENTRA CONSAGRADA EN EL CÓDIGO CIVIL Y LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ, PARA LA CUAL SE PROPONE TRATAR LA SIGUIENTE.-

AGENDA: -----

- 1).- CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACION CIVIL.-
- 2).- DISCUSIÓN APROBACIÓN DE ESTATUTO.-
- 3).- NOMBRAMIENTO DEL CONSEJO DIRECTIVO.-
- 4).- DESIGNACION DE REPRESENTANTE.-

SEGUIDAMENTE SE PASÓ A TRATAR CADA UNO DE LOS PUNTOS DE LA AGENDA EN EL ORDEN PROPUESTO.-

PRIMERO: CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACIÓN CIVIL.- EL PRESIDENTE MANIFESTÓ, QUE CON EL OBJETIVO DE APOYAR A LOS ARTESANOS DE LA REGIÓN, EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO REGIONAL JUNÍN (GRJ), VIENE EMPRENDIENDO UN PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL, Y PARA EL DESARROLLO DE TAL PROGRAMA A PREVISTO UN PRESUPUESTO PARA FORMALIZACIÓN, CAPACITACIÓN, Y REALIZAR LOS DEMÁS ACTOS QUE COADYUVEN AL DESARROLLO DE PROGRAMA, POR LO CUAL SE HACE NECESARIO CONSTITUIR UNA ASOCIACIÓN CIVIL SIN FINES DE LUCRO, CUYA FINALIDAD SE ESTABLECERA EN EL ESTATUTO SOCIAL, PARA LO CUAL SE PROPONE COMO DENOMINACIÓN: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERÓNIMO DE TUNAN, POR LO QUE SE PONE A CONSIDERACIÓN DE LOS PRESENTES.- PUESTO EL PUNTO EN DEBATE, TODOS ESTUVIERON DE ACUERDO, APROBÁNDOSE POR UNANIMIDAD, EFECTUAR LA CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACIÓN CIVIL, BAJO LA DENOMINACIÓN

NOTARIA
MERCEDES M. ALELUYA VILA
CALLE REAL 683 - CHILCA
HUANCAYO - PERU
TEL. 044 23660

NOTARIA
MERCEDES M. ALELUYA VILA

INFORME DE CONSULTORÍA



ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERÓNIMO DE TUNAN.-----

2).- DISCUSIÓN Y APROBACIÓN DE ESTATUTO.- SEGUIDAMENTE EL PRESIDENTE PUSO A CONSIDERACIÓN DE LA ASAMBLEA EL ESTATUTO QUE REGIRÁ A LA ASOCIACIÓN, LA MISMA QUE TIENE EL TENOR LITERAL SIGUIENTE:-----

ESTATUTO: TITULO I. DENOMINACION, DURACION Y DOMICILIO.-----

ARTÍCULO. 1°.- LA ASOCIACIÓN QUE SE CONSTITUYE SE DENOMINA: ASOCIACIÓN DE ARTESANOS FILIGRANISTAS ORFEBRES EN PLATA SAN JERÓNIMO DE TUNAN. ---

ARTÍCULO. 2°.- LA DURACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ES INDEFINIDA, COMENZANDO SUS ACTIVIDADES DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PUBLICO DE LA JURISDICCIÓN.- -----

ARTÍCULO. 3°.- EL DOMICILIO DE LA ASOCIACIÓN, SE ESTABLECE EN EL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO DE TUNAN, PROVINCIA DE HUANCAYO, REGION JUNIN, PUDIENDO APERTURAR FILIALES EN CUALQUIER LUGAR DE LA REGION DE JUNIN Y DE LA REPÚBLICA.- -----

TITULO II.- DE LOS FINES.-----

ARTÍCULO. 4°.- LA ASOCIACIÓN TIENE LOS SIGUIENTES FINES: -----

- A) FOMENTAR LA UNION MUTUA Y UN ESPIRITU DE FRATERNIDAD ENTRE LOS ASOCIADOS.-----
- B) CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO ECONOMICO DE LA REGION, BUSCANDO EL PROGRESO INDIVIDUAL Y GENERAL DE LOS MISMOS; ASI MISMO LA ASOCIACION RECHAZA TODO TIPO DE MODELO POLITICO QUE PROMUEVA LA EXCLUSION SOCIAL EN SU SENTIDO MAS AMPLIO.-----
- C) PROMOVER LA FORMACION DE UNA INSTITUCION DE CARÁCTER ARTESANAL, CULTURAL Y SOCIAL.-----
- D) FOMENTAR LA SOLIDARIDAD Y LA ASISTENCIA MUTUA, LA PRACTICA DE VALORES ÉTICOS Y MORALES TENIENDO COMO BASE LOS DERECHOS PRIMOGENIOS Y FUNDAMENTALES DE LA PERSONA, QUE GARANTIZARAN SU SUPERVIVENCIA Y PARTICIPACIÓN EN SU REINVIDICACIÓN GLOBAL ENTRE LOS MIEMBROS DE NUESTRA ASOCIACION.-----
- E) PROMOVER EN TODAS SUS MANIFESTACIONES LA ARTESANIA, LOCAL, REGION Y NACIONAL.-----
- F) PROMOVER LA CREACION DE CENTROS DE INNOVACION, TECNOLÓGICA (CITES) QUE PROMUEVAN LA ARTESANIA DE LA REGION JUNIN.-----
- G) PROMOVER Y DISEÑAR LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ARTICULOS DE ARTESANIA, LANAS Y FIBRAS, TEXTILES, PLATERIA, EN MATES BURILADOS Y OTRAS LINEAS ARTESANALES.-----
- H) PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TODA CLASE DE BIENES O SERVICIOS VINCULADOS A LA ARTESANIA LOCAL, REGIONAL NACIONAL E INTERNACIONAL.-----
- I) EXPORTACION E IMPORTACION DE INSUMOS, PRODUCTOS ARTESANALES Y MAQUINARIAS RESPECTIVAMENTE.-----
- J) PROPICIAR RUEDAS DE NEGOCIOS RELACIONADOS A LA ARTESANIA Y GESTIONAR LA BUSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS.-----
- K) PARTICIPAR EN FERTAS LOCALES, REGIONALES, NACIONALES E INTERNACIONALES.-----
- L) CAPACITAR EN DISEÑO Y MANEJO TÉCNICO PRODUCTIVO DE LAS ACTIVIDADES ARTESANALES DE LA ASOCIACION.-----
- M) GESTIONAR FUENTES DE FINANCIAMIENTO NACIONAL E INTERNACIONAL DONACIONES, PRESTAMOS, ETC.-----
- N) GESTIONAR DONACIONES DE INSUMOS, MAQUINARIAS E INFRAESTRUCTURA PARA LA MODERNACION DE LOS DE LOS TALLERES ARTESANALES E LA

NOTARIA
MERCED M. ALMEYDA VILA
CALLE REAL 606 - CHILCA
HUANCAYO - PERU
TELEFAX: 235890

MERCEDES M. ALMEYDA VILA
ABOGADO - NOTARIO DE CHILCA

INFORME DE CONSULTORÍA

ASOCIACION ANTE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS NACIONALES E INTERNACIONALES.-----

- O) CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNABILIDAD Y CONSOLIDACION DEL SISTEMA DEMOCRATICO EN LOS GOBIERNOS LOCALES, REGIONALES Y NACIONAL, EN EL MARCO DEL PROCESO DE DESCENTRALIZACION.-----
- P) GENERAR SOLUCIONES DE ALTA CALIDAD, EN LA OPERACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVERSION SOCIAL DEL ESTADO, PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA PRIVADA Y DE LA COOPERACION INTERNACIONAL. -----
- Q) INTERMEDIAR, PARTICIPAR Y MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS POBLACIONES VULNERABLES. -----
- R) FOMENTAR Y PROPICIAR LA EXPORTACION DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES PRODUCIDOS POR NUESTROS ASOCIADOS. -----
- S) INCREMENTAR LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS EN LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES PRODUCIDOS POR LOS ASOCIADOS.-----
- T) AMPLIAR SU CAPACIDAD DE ABASTECIMIENTO A NICHOS DE MERCADOS EXIGENTES Y DE EXPORTACIÓN AGREGANDO VALOR A SUS PRODUCTOS Y POSICIONANDO SU PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS LOCALES, REGIONALES Y NACIONALES. -----
- U) CONTRIBUIR Y DEFENDER LA IDENTIDAD CULTURAL LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL ADEMAS DE LA PUESTA EN PRÁCTICA Y LA DIFUSIÓN DEL FOLKLORE Y BUENAS COSTUMBRES DE NUESTRA REGIÓN. -----
- V) PROMOVER LA CREACION Y PRODUCCION EN PLATERIA Y ORFEBRERÍA. -----

SE ENTIENDE INCLUIDOS EN LOS FINES DESCRITOS LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE TALES FINES. -----

TITULO III.- DE LOS BIENES QUE INTEGRAN EL PATRIMONIO.-----

ARTÍCULO 5°.- CONSTITUYE PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN.- A).- LOS BIENES MUEBLES E INMUEBLES ADQUIRIDOS EN PROPIEDAD, SEAN A TITULO ONEROSO O GRATUITO.- B).- LOS FONDOS PROVENIENTES POR LAS COTIZACIONES ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS DE LOS ASOCIADOS.- C).- LAS DONACIONES LEGADOS Y OTROS RECURSOS QUE RECIBA LA ASOCIACIÓN DE PERSONAS NATURALES, JURÍDICAS NACIONALES E INTERNACIONALES.- D).- LOS INGRESOS PROVENIENTES DEL DESARROLLO DE SUS ACTIVIDADES.-----

ARTÍCULO 6°.- LAS ACTIVIDADES GREMIALES DE LA ASOCIACIÓN, SERÁN FINANCIADAS CON SUS PROPIOS FONDOS.- LA ASAMBLEA GENERAL DETERMINARA LA FORMA Y EL MONTO DE LAS APORTACIONES QUE SE APLICARÁN A LOS ASOCIADOS PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL. -----

ARTÍCULO 7°.- EN LA ADMINISTRACIÓN DEL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN Y DE LOS RESULTADOS DE LAS OPERACIONES QUE REALICE, CUANDO RESULTE UTILIDADES AL CIERRE DE LOS EJERCICIOS ECONÓMICOS, NO PODRÁN DISTRIBUIRSE ENTRE LOS ASOCIADOS DIRECTA NI INDIRECTAMENTE LAS RENTAS DE LA ASOCIACIÓN.-----

TITULO IV. CONSTITUCION Y FUNCIONAMIENTO DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS Y CONSEJO DIRECTIVO.-----

ARTÍCULO 8°.- CONSTITUYEN ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA ASOCIACIÓN: A).- LA ASAMBLEA GENERAL Y B).- EL CONSEJO DIRECTIVO.-----

CAPITULO I. DE LA ASAMBLEA GENERAL.-----

ARTÍCULO 9°.- LA ASAMBLEA GENERAL ES LA MÁXIMA AUTORIDAD DE LA ASOCIACIÓN, Y ESTÁ CONSTITUIDA POR LOS ASOCIADOS, SUS ACUERDOS OBLIGAN A TODOS LOS ASOCIADOS EN CUANTO SEAN ADOPTADOS DE CONFORMIDAD CON LAS NORMAS LEGALES VIGENTES.-----

NOTARIA
MERCEDES M. ALEJETA VILA
CALLE REAL 805 - CHILCA
HUANCAYO - PERU
TELEFAX: 235890

NOTARIA
MERCEDES M. ALEJETA VILA
CALLE REAL 805 - CHILCA
HUANCAYO - PERU

INFORME DE CONSULTORÍA



ARTÍCULO 10°.- LA ASAMBLEA GENERAL PODRÁ REUNIRSE ORDINARIA Y EXTRAORDINARIAMENTE.-----

ARTÍCULO 11°.- LA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA, ES DE CARÁCTER OBLIGATORIO E IMPOSTERGABLE CUYA OMISIÓN, GENERA RESPONSABILIDAD DE TIPO ADMINISTRATIVO, CIVIL Y EN ALGUNOS CASOS PENAL Y SE REALIZARAN TRES VECES AL AÑO PREVIA CONVOCATORIA DE LA SIGUIENTE MANERA:-----

A). LA PRIMERA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA: EN EL MES DE MARZO PARA REFRENDAR LO SIGUIENTE. EL BALANCE ECONOMICO DEL AÑO FENECIDO-INFORME ANUAL DE CONSEJO DIRECTIVO SOBRE LA MARCHA DE LA ASOCIACION AL FISCAL.-----

B). LA SEGUNDA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA: EN EL MES DE JULIO PARA REFRENDAR Y ANALIZAR LO SIGUIENTE: SITUACION ECONOMICA Y FINANCIERA DE LA ASOCIACION EN EL PRIMER SEMESTRE, A TRAVES DEL BALANCE DE DICHO PERIODO.- INFORME SEMESTRAL DEL FISCAL SOBRE LA MARCHA DE LA ASOCIACION Y DEL CONSEJO DIRECTIVO.- EVALUACION DEL TRABAJO DEL CONSEJO DIRECTIVO, EN ALGUNOS CASOS, CAMBIOS DE LA MISMA.-----

C).-TERCERA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA.- EN EL MES DE DICIEMBRE PARA REFRENDAR LO SIGUIENTE: ELEGIR O RATIFICAR AL NUEVO CONSEJO DIRECTIVO LA RATIFICACION O REELECCION SOLO SE HACE POR UN PERIODO MAS.- REALIZAR LA MEMORIA DE GESTION.-----

ARTÍCULO 12°.- LA ASAMBLEA GENERAL SE REUNIRÁ EN FORMA EXTRAORDINARIA, CUANTAS VECES SEA NECESARIO, EN LOS SIGUIENTES CASOS: A).- MODIFICAR EL ESTATUTO. B).- AUTORIZAR AL CONSEJO DIRECTIVO LA ENAJENACIÓN DE BIENES MUEBLES DE MAYOR CUANTIA Y/O INMUEBLES. C).- DESTITUIR POR CAUSA JUSTIFICADA A LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO. D).- OTROS ASUNTOS QUE POR SU IMPORTANCIA REEASEN LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO.-

ARTÍCULO 13°.- PARA LA VALIDEZ DE LAS REUNIONES DE ASAMBLEA GENERAL SE REQUIERE, EN PRIMERA CONVOCATORIA, LA CONCURRENCIA DE MÁS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS.- EN SEGUNDA CONVOCATORIA, BASTA LA PRESENCIA DE CUALQUIER NÚMERO DE ASOCIADOS.- LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON EL VOTO DE MÁS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS CONCURRENTES.- PARA MODIFICAR EL ESTATUTO O PARA DISOLVER LA ASOCIACIÓN SE REQUIERE, EN PRIMERA CONVOCATORIA, LA ASISTENCIA DE MÁS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS.- LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON EL VOTO DE MAS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS CONCURRENTES.- EN SEGUNDA CONVOCATORIA, LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON LOS ASOCIADOS QUE ASISTAN Y QUE REPRESENTEN NO MENOS DE LA DÉCIMA PARTE.- LOS ASOCIADOS PUEDEN SER REPRESENTADOS EN LA ASAMBLEA GENERAL POR OTRA PERSONA INCLUSIVE POR OTRO ASOCIADO.- LA REPRESENTACIÓN SE OTORGA POR ESCRITURA PÚBLICA, TAMBIÉN PUEDE CONFERIRSE POR OTRO MEDIO ESCRITO Y SOLO CON CARÁCTER ESPECIAL PARA CADA ASAMBLEA.-----

ARTÍCULO 14°.- LA CONVOCATORIA PARA LA ASAMBLEA GENERAL SERÁ EFECTUADA POR EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN, SEÑALANDO EL DÍA, HORA, LUGAR Y AGENDA A TRATAR: A). LA CONVOCATORIA A ASAMBLEA ORDINARIA DEBERÁ HACERSE CON 10 DÍAS DE ANTICIPACIÓN, MEDIANTE ESQUELAS, CORREO ELECTRONICO U OTRO MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA TOMAR CONOCIMIENTO EFECTIVO DE LA CONVOCATORIA, QUE SERÁN ENTREGADAS EN EL DOMICILIO DEL ASOCIADO O ALTERNATIVAMENTE EN LUGAR DE TRABAJO PERMANENTE DEL ASOCIADO.- B). LA CONVOCATORIA A ASAMBLEA EXTRAORDINARIA DEBERÁ HACERSE CON 03 DÍAS DE ANTICIPACIÓN, MEDIANTE ESQUELAS, CORREO ELECTRONICO U OTRO MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA TOMAR CONOCIMIENTO EFECTIVO DE LA CONVOCATORIA, QUE SERÁN ENTREGADAS EN EL DOMICILIO DEL ASOCIADO O ALTERNATIVAMENTE EN LUGAR DE TRABAJO PERMANENTE DEL ASOCIADO.-----

MERCEDIS P. LIMA VILA
ABOGADO - NOTARIO DE CHILCA

INFORME DE CONSULTORÍA

ARTÍCULO 15°.- LA REALIZACIÓN DE LAS ASAMBLEAS GENERALES SE APERTURA CON EL QUÓRUM REGLAMENTARIO QUE LO FORMAN LA MITAD MAS UNO DE LOS ASOCIADOS HÁBILES Y EN CASO DE NO PRODUCIRSE EL QUÓRUM, SE HACE UNA SEGUNDA CONVOCATORIA DENTRO DE LAS 72 HORAS SIGUIENTES Y EN TAL CASO LA ASAMBLEA SE LLEVARÁ A CABO CON LOS ASOCIADOS HÁBILES QUE CONCURRAN TOMÁNDOSE LOS ACUERDOS CON EL VOTO FAVORABLE DE MAS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS CONCURRENTES.-----

ARTÍCULO 16°.- EN EL ACTA DE CADA ASAMBLEA, DEBE CONSTAR EL LUGAR, FECHA Y HORA EN QUE SE REALIZÓ, LA INDICACIÓN SI SE CELEBRA EN PRIMERA O EN SEGUNDA CONVOCATORIA; EL NOMBRE DE LOS ASOCIADOS PRESENTES O DE QUIENES LOS REPRESENTEN; EL NOMBRE DE QUIENES ACTUARON COMO PRESIDENTE Y SECRETARIO; LA FORMA Y LOS RESULTADOS DE LAS VOTACIONES Y ACUERDOS ADOPTADOS.- CUANDO EL ACTA ES APROBADA EN LA MISMA ASAMBLEA, ELLA DEBE CONTENER CONSTANCIA DE DICHA APROBACIÓN Y SER FIRMADA, CUANDO MENOS, POR EL PRESIDENTE, EL SECRETARIO Y UN ASOCIADO DESIGNADO POR LA MISMA ASAMBLEA GENERAL, EN REPRESENTACIÓN DE TODOS LOS ASISTENTES; SIN PERJUICIO DE QUE PUEDAN FIRMARLO LOS ASOCIADOS QUE DESEEN HACERLO.-----

CAPÍTULO II. DEL CONSEJO DIRECTIVO.-----

ARTÍCULO 17°.- EL CONSEJO DIRECTIVO, ES EL ÓRGANO RESPONSABLE DE LA MARCHA ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA DE LA ASOCIACIÓN Y ESTARÁ COMPUESTO DE LA SIGUIENTE MANERA: 1). UN PRESIDENTE, 2). UN VICE-PRESIDENTE, 3). UN SECRETARIO, 4). UN TESORERO, 5). UN FISCAL, 6). DOS VOCALES, QUIENES SERÁN ELEGIDOS POR EL PERÍODO DE DOS AÑOS, PUDIENDO SER REELEGIDOS SOLAMENTE POR UN PERÍODO. EN EL CASO QUE AL TÉRMINO DEL PERÍODO DEL CONSEJO DIRECTIVO, NO SE HUBIERA ELEGIDO UNO NUEVO, CONTINUARÁ DESEMPEÑÁNDOSE EL QUE ESTE EN FUNCIONES HASTA QUE SE PRODUZCA LA NUEVA DESIGNACIÓN.-----

ARTÍCULO 18°.- PARA SER ELEGIDO MIEMBRO DEL CONSEJO DIRECTIVO SE REQUIERE SER ASOCIADO; NO PODRÁN SER MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO LOS QUE TIENEN OBJETIVOS OPUESTOS A LA ASOCIACIÓN, LOS QUE TENGAN DEUDAS A LA ASOCIACIÓN, LOS QUE TENGAN ANTECEDENTES PENALES, Y LOS QUE TENGAN JUICIOS PENDIENTES U OTRO PROCESO PENAL EN MARCHA.-----

ARTÍCULO 19°.- EL CONSEJO DIRECTIVO, SE REUNIRÁ UNA VEZ AL MES DE FORMA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIAMENTE CUANTAS VECES SEAN NECESARIO.- PARA LA VALIDEZ DE LAS REUNIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO, SE REQUIERE LA CONCURRENCIA DE MAS DE LA MITAD DE SUS MIEMBROS.- LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON EL VOTO DE MAS DE LA MITAD DE LOS MIEMBROS CONCURRENTES.---

ARTÍCULO 20°.- HABRÁ QUÓRUM PARA LAS SESIONES, CUANDO SE COMPROBE LA ASISTENCIA DE MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO, EN NÚMERO MAYOR AL CINCUENTA POR CIENTO.- LOS ACUERDOS SE TOMARÁN POR MAYORÍA DE VOTOS, TENIENDO EL PRESIDENTE VOTO DIRIMIENTE EN CASO DE EMPATE.-----

ARTÍCULO 21°.- LA CONVOCATORIA PARA LAS SESIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO SERÁ EFECTUADA POR EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN, SEÑALANDO EL DÍA, HORA, LUGAR Y AGENDA A TRATAR: A). LA CONVOCATORIA A SESIÓN ORDINARIA DEBERÁ HACERSE CON SETENTIDOS HORAS DE ANTICIPACIÓN, MEDIANTE ESQUEMAS, CORREO ELECTRÓNICO U OTRO MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA TOMAR CONOCIMIENTO EFECTIVO DE LA CONVOCATORIA, QUE SERÁN ENTREGADAS EN EL DOMICILIO DEL ASOCIADO O ALTERNATIVAMENTE EN EL LUGAR DE TRABAJO PERMANENTE DEL ASOCIADO.- B). LA CONVOCATORIA A SESIÓN EXTRAORDINARIA DEBERÁ HACERSE CON VEINTICUATRO HORAS DE ANTICIPACIÓN, MEDIANTE ESQUEMAS, CORREO ELECTRÓNICO U OTRO MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA TOMAR CONOCIMIENTO EFECTIVO DE LA CONVOCATORIA, QUE SERÁN ENTREGADAS EN

NOTARIA
MERCEDES M. ALBUJA VILA

NOTARIA
MERCEDES M. ALBUJA VILA
CALLE REAL 800 - CHILCA

INFORME DE CONSULTORÍA



EL DOMICILIO DEL ASOCIADO O ALTERNATIVAMENTE EN EL LUGAR DE TRABAJO PERMANENTE DEL ASOCIADO.-----

ARTÍCULO 22°.- EL CONSEJO DIRECTIVO TENDRÁ LAS SIGUIENTES FUNCIONES Y ATRIBUCIONES.- A).- DIRIGIR LA MARCHA ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA DE LA ASOCIACIÓN EN EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN ANUAL DE ACTIVIDADES Y EL PRESUPUESTO APROBADO POR LA ASAMBLEA GENERAL.- B).- CUMPLIR Y HACER CUMPLIR LAS NORMAS DE LA ASOCIACIÓN, ESTATUTOS, REGLAMENTOS INTERNOS, ACUERDOS DE ASAMBLEA GENERAL Y SUS PROPIOS ACUERDOS.- C).- COORDINAR EN TODOS LOS NIVELES NECESARIOS LA PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA ASOCIACIÓN EN CUANTO A ORGANIZACIÓN Y PROYECTOS A EJECUTARSE.- D).- PRESENTAR Y PONER ANUALMENTE A CONSIDERACIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL EL BALANCE GENERAL, PARA SU APROBACIÓN Y EL PLAN ANUAL DE ACTIVIDADES Y LAS MEMORIAS RESPECTIVAS.- E).- INFORMAR TRIMESTRALMENTE SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA, ORGANIZATIVA Y DESARROLLO DEL PLAN ANUAL DE ACTIVIDADES.- F).- RESOLVER SOBRE LA CONTRATACIÓN O RETIRO DE PERSONAL RENTADO DE LA ASOCIACIÓN DE ACUERDO A LAS LEYES LABORALES.- G).- ACORDAR LA ADMISIÓN DE LOS NUEVOS ASOCIADOS Y APLICAR SANCIONES QUE SEAN DE SU COMPETENCIA.-----

ARTÍCULO 23°.- EL PRESIDENTE, ES EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ASOCIACIÓN QUIEN TENDRÁ FUNCIONES SIGUIENTES: A).- CONVOCAR Y PRESIDIR LAS SESIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO.- B).- CONVOCAR Y PRESIDIR LAS ASAMBLEAS GENERALES.- C).- VELAR POR EL FIEL CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DEL PRESENTE ESTATUTO.- D).- PRESENTAR ANTE LA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA LA MEMORIA ANUAL DE LA ASOCIACIÓN.- E).- INTERPONER LAS ACCIONES NECESARIAS PARA LA DEFENSA DE LOS INTERESES DE LA ASOCIACIÓN Y SUS ASOCIADOS Y REPRESENTAR A LA ASOCIACIÓN EN TODOS LOS ACTOS PÚBLICOS Y PRIVADOS ASÍ COMO ASUMIR SU PERSONERÍA LEGAL EN TODO ACTO JUDICIAL, CON LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES CONTENIDAS EN LOS ARTS. 74° Y 75° DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL.- F).- ABRIR Y RETIRAR EN FORMA MANCOMUNADA CON EL TESORERO UNA CUENTA DE AHORROS Y/O CUENTA CORRIENTE, PARA DEPOSITAR LOS FONDOS DE LA ASOCIACIÓN, PARA TALES EFECTOS PODRAN APERTURAR LIBRETA DE AHORROS, GIRAR CHEQUES, ACEPTAR, ENDOSAR LETRAS Y PAGARES, ENDOSAR SOLO PARA DEPÓSITOS EN CUENTA Y TODA CLASE DE DOCUMENTOS COMERCIALES BANCARIAS.- G).- EN FORMA MANCOMUNADA CON EL TESORERO, PODRÁ ADQUIRIR A TÍTULO ONEROSO O GRATUITO, BIENES MUEBLES DE MAYOR CUANTIA O INMUEBLES, PACTANDO LOS PRECIOS Y FORMAS DE PAGO, PLAZOS, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, SEAN PÚBLICOS O PRIVADOS.- H).- EN FORMA MANCOMUNADA CON EL TESORERO, PODRAN OTORGAR EN GARANTIA HIPOTECARIA LOS BIENES INMUEBLES DE LA ASOCIACIÓN, ASÍ COMO CONSTITUIR GARANTIA MORTUARIA DE LOS BIENES MUEBLES DE LA ASOCIACIÓN, PARA LOS CUALES SE PODRÁ SUSCRIBIR LOS TÍTULOS VALORES CORRESPONDIENTES Y TODO DOCUMENTO PÚBLICO Y/O PRIVADO QUE SE REQUIERA.- I).- FIRMAR CONVENIOS Y CONTRATOS DE TODA CLASE, CON LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS, SEAN NACIONALES E INTERNACIONALES. J).- BUSCAR FUENTES DE FINANCIAMIENTO NACIONAL O EXTRANJERO, PÚBLICO O PRIVADO PARA LA CONSECUCCIÓN, MEJORAMIENTO Y LOGRO DE LOS FINES DE LA ASOCIACIÓN.- K) OTRAS FUNCIONES QUE LE ASIGNE LA ASAMBLEA GENERAL.-----

ARTÍCULO 24°.- EL VICEPRESIDENTE TIENE LAS SIGUIENTES FUNCIONES: A).- TRABAJARÁ JUNTAMENTE CON EL PRESIDENTE EN FUNCIONES INHERENTES AL CARGO. B).- APOYARÁ EN TODOS LOS TRABAJOS DE LA PRESIDENCIA. C).- SUPLENDRÁ AL PRESIDENTE EN CASO DE AUSENCIA.-----

MERCEDES M. ALEJUTIA VILA
ABOGADO - NOTARIO DE CHILCA

INFORME DE CONSULTORÍA

ARTÍCULO 25°.- SON FUNCIONES DEL SECRETARIO LAS SIGUIENTES: A).- REALIZAR FUNCIONES EJECUTIVAS QUE SEAN NECESARIAS PARA COADYUVAR LA GESTIÓN DEL PRESIDENTE, EN SU CALIDAD DE MIEMBRO INTEGRANTE DEL CONSEJO DIRECTIVO.- B).- LLEVAR AL DÍA EL LIBRO DE ACTAS DEL CONSEJO DIRECTIVO Y DE LA ASAMBLEA GENERAL.- C).- TRANSCRIBIR LOS ACUERDOS DE LA ASAMBLEA GENERAL Y CONSEJO DIRECTIVO.- D).- MANTENER ACTUALIZADO EL LIBRO DE REGISTRO DE ASOCIADOS Y ARCHIVOS DE LA ASOCIACIÓN.-----

ARTÍCULO 26°.- EL TESORERO ES DEPOSITARIO Y RESPONSABLE DEL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN SUS FUNCIONES Y ATRIBUCIONES SON LAS SIGUIENTES: A).- AUTORIZAR MANCOMUNADAMENTE CON EL PRESIDENTE LOS DOCUMENTOS DE PAGO Y COBRO.- B).- VELAR PARA QUE LA CONTABILIDAD SEA LLEVADA CONFORME A LEY.- C).- FORMULAR Y PRESENTAR EL PROYECTO DE PRESUPUESTO, PROGRAMA ANUAL Y BALANCE GENERAL Y SUS ANEXOS AL FINAL DE CADA EJERCICIO ECONÓMICO.- D).- SUSCRIBIR LOS RECIBOS Y DOCUMENTOS DE INGRESOS Y EGRESOS.- E).- INFORMAR AL CONSEJO DIRECTIVO EN LAS SESIONES ORDINARIAS ACERCA DEL MOVIMIENTO ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN.-----

ARTÍCULO 27°.- SON FUNCIONES DEL FISCAL: A).- DENUNCIAR ANTE EL CONSEJO DIRECTIVO Y LA ASAMBLEA GENERAL, LAS IRREGULARIDADES QUE SE COMETEN SOBRE EL CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE ESTATUTO POR PARTE DE LOS ASOCIADOS Y LOS DIRECTIVOS.- B).- ACEPTAR LAS DENUNCIAS, TRAMITAR E INFORMAR A SU CONSEJO DIRECTIVO O A LA ASAMBLEA GENERAL.- C).- DICTAMINAR EN TODA DISCUSIÓN O ACUSACIÓN ENTRE ASOCIADOS.- D).- INFORMAR CUANDO EL CONSEJO DIRECTIVO ASÍ LO REQUIERE.- E).- EN CASO DE AUSENCIA DEL PRESIDENTE, VICEPRESIDENTE Y EL SECRETARIO, ASUMIRÁ LAS FUNCIONES DE ESTOS, DANDO CUENTA AL PRESIDENTE EN SU OPORTUNIDAD.- F).- REALIZAR TODAS LAS ACTIVIDADES DE PROCURACIÓN Y DEFENSA LEGAL DE LA ENTIDAD.- G).- VIGILAR Y SUPERVISAR TODOS LOS TRAMITES, CONVENIOS Y CONTRATOS DE LA ASOCIACIÓN, ASÍ COMO EL MOVIMIENTO ECONOMICO.- H).- FISCALIZAR Y REVISAR LAS CUENTAS.- -----

ARTÍCULO 28°.- SON FUNCIONES DE LOS VOCALES: CUIDAR DE LA EXACTA OBSERVANCIA DE LOS ESTATUTOS, ASÍ COMO DE LOS ACUERDOS DE LAS ASAMBLEAS GENERALES, DEL CONSEJO DIRECTIVO, EJERCIENDO LAS RELACIONES PÚBLICAS DE LA ASOCIACIÓN. ASIMISMO REEMPLAZARÁ AL TESORERO O SECRETARIO EN CASO DE AUSENCIA.-----

TÍTULO V. DE LOS ASOCIADOS.-----

ARTÍCULO 29°.- EXISTEN DOS CLASES DE ASOCIADOS: A).- FUNDADORES Y B).- ADHERENTES. LOS ASOCIADOS FUNDADORES SON AQUELLOS QUE SUSCRIBIERON EL ACTA DE FUNDACION O CONSTITUCION; Y, ADHERENTES AQUELLOS ASOCIADOS QUE SE INTEGRARON A LA ASOCIACION POSTERIORMENTE.- LOS REQUISITOS PARA LA ADMISION DE ASOCIADOS ES: A) LA PRESENTACION DE UNA SOLICITUD DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO, CUYA ACEPTACION SE REALIZARA EN UNA REUNION EXTRAORDINARIA DE ASOCIADOS CON LA VOTACION DE MAS DE LA MITAD DE LOS MIEMBROS CONCURRENTES, B) PAGAR LA INSCRIPCION Y/O APOORTE APROBADO POR LA ASAMBLEA, ASIMISMO LA INCOPORACION SERA PREVIA EVALUACION Y CONSTATAION DE UN TALLER DE PRODUCCIÓN DE UN NUEVO ASOCIADO Y C) ACEPTAR EXPRESAMENTE LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL PRESENTE ESTATUTO.-----

ARTÍCULO 30°.- LA CALIDAD DE ASOCIADO SE PIERDE POR: A) RENUNCIA VOLUNTARIA MEDIANTE CARTA DIRIGIDA AL CONSEJO DIRECTIVO. B).- APARTARSE DE LA ASOCIACIÓN Y OLVIDARSE DE SUS OBLIGACIONES CONTRAIDAS, POR UN PERIODO MAYOR A LOS TRES MESES.- C).- POR TENER SENTENCIA CONSENTIDA POR DELITOS RELACIONADOS QUE PERJUDICAN LOS FINES DE LA ASOCIACIÓN.-

NOTARIA
MERCEDES M. ALEJUYA VILA
CALLE REAL 860 - CHILCA
HUANCAYO - PERU

NOTARIA
MERCEDES M. ALEJUYA VILA
CALLE REAL 860 - CHILCA
HUANCAYO - PERU

INFORME DE CONSULTORÍA



D).- POR DECISIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL.- SE PUEDE RECUPERAR LA CONDICIÓN DE ASOCIADO MEDIANTE LA SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO NUEVO ASOCIADO, PREVIA EVALUACIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL.=====

ARTÍCULO 31°.- LAS SANCIONES A LOS ASOCIADOS QUE INCUMPLAN LAS DISPOSICIONES DEL PRESENTE ESTATUTO, DEL REGLAMENTO INTERNO Y/O LOS ACUERDOS ADOPTADOS EN ASAMBLEA GENERAL CONTENIDOS EN EL LIBRO DE ACTAS CORRESPONDIENTE, SERÁN DE ACUERDO A SU GRAVEDAD CON: A).- AMONESTACIÓN.- B).- MULTAS.- C).- SUSPENSIÓN.- D).- EXCLUSIÓN.=====

ARTÍCULO 32°.- PARA LOS EFECTOS DEL ARTÍCULO ANTERIOR, SE OBSERVARÁ EL SIGUIENTE PROCEDIMIENTO: A).- CONOCIDA LA FALTA, EL CONSEJO DIRECTIVO HARÁ LAS CONSTATAIONES PARA OBTENER LAS PRUEBAS NECESARIAS QUE RESPALDEN SU ACUSACIÓN.- B).- ESTUDIADAS LA PRUEBAS Y DESLINADAS LAS RESPONSABILIDADES, EL CONSEJO DIRECTIVO DARÁ SU VEREDICTO APLICANDO LA SANCIÓN CORRESPONDIENTE.=====

TITULO VI. DERECHOS Y DEBERES DE LOS ASOCIADOS.=====

ARTÍCULO 33°.- SON DERECHOS DE LOS ASOCIADOS FUNDADORES: A).- PARTICIPAR CON VOZ Y VOTO EN TODAS LAS REUNIONES FORMALES DE CONFORMIDAD CON EL ESTATUTO.- B).- ELEGIR Y SER ELEGIDO PARA LOS CARGOS DIRECTIVOS Y COMISIONES ORGÁNICAS.- C).- TENER ACCESO A LOS LIBROS SOCIALES, CONTABLES Y OTROS DE INTERÉS DE LOS ASOCIADOS.- D).- UTILIZAR LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA ASOCIACIÓN A SUS ASOCIADOS.- ASIMISMO SON DERECHOS DE LOS ASOCIADOS ADHERENTES: A).- PARTICIPAR CON VOZ, Y VOTO EN TODAS LAS REUNIONES FORMALES DE CONFORMIDAD CON EL ESTATUTO.- B).- ELEGIR PARA LOS CARGOS DIRECTIVOS Y COMISIONES ORGÁNICAS.- C).- TENER ACCESO A LOS LIBROS SOCIALES, CONTABLES Y OTROS DE INTERÉS DE LOS ASOCIADOS.- D).- UTILIZAR LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA ASOCIACIÓN A SUS ASOCIADOS.- E).- PARA SER ELEGIDO DEBERA TENER POR LO MENOS NUEVE MESES DE ASOCIADO ACTIVO.=====

ARTÍCULO 34°.- SON DEBERES DE LOS ASOCIADOS FUNDADORES Y ADHERENTES LOS SIGUIENTES: A).- PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN LA REALIZACIÓN Y/O EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE DESARROLLO INSTITUCIONAL.- B).- ABONARAN PUNTUALMENTE LA COTIZACIÓN QUE FIJE LA ASAMBLEA GENERAL.- C).- CUMPLIR Y HACER CUMPLIR Estrictamente EL PRESENTE ESTATUTO, LAS DISPOSICIONES EMANADAS POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS Y POR EL CONSEJO DIRECTIVO.- D).- COOPERAR EL DESARROLLO DE LA ASOCIACIÓN APORTANDO IDEAS, SUGERENCIAS, ETC.; ASUMIENDO RESPONSABILIDAD PARA EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO APROBADO.- E).- PRESTAR SU CONCURSO PERSONAL EN TODOS LOS EVENTOS QUE PROGRAME LA ASOCIACIÓN.- F).- ASISTIR PUNTUALMENTE A LAS ASAMBLEAS GENERALES Y DEMÁS CONVOCADAS POR EL CONSEJO DIRECTIVO.- G).- ASISTIR OBLIGATORIAMENTE A LOS TRABAJOS PROGRAMADOS POR LA ASAMBLEA GENERAL Y/O EL CONSEJO DIRECTIVO, PARA EL PROGRESO Y DESARROLLO DE LA ASOCIACIÓN.- H).- CUMPLIR LOS ENCARGOS QUE LE ASIGNE LA ASAMBLEA GENERAL Y EL CONSEJO DIRECTIVO.- I).- PAGAR LAS CUOTAS EXTRAORDINARIAS ACORDADAS EN ASAMBLEA GENERAL.- J).- RESPETARSE ENTRE SÍ, EVITANDO HACER COMENTARIOS ANTOJADIZOS, BAJO PENA DE SANCIÓN DISCIPLINARIA O DESTITUCIÓN, SEGÚN EL CASO A QUE HUBIERA LUGAR.=====

TITULO VII. REQUISITOS PARA LA MODIFICACION DEL ESTATUTO.=====

ARTÍCULO 35°.- EL PRESENTE ESTATUTO PODRÁ SER MODIFICADO EN CUANTO ASI LO REQUIERA LA BUENA MARCHA DE LA ASOCIACIÓN PARA CUYO EFECTO EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO CONVOCARÁ A LA ASAMBLEA GENERAL, REQUIRIÉNDOSE EL QUÓRUM Y VOTACIÓN ESTABLECIDA EN EL ART. 13° DE ESTE ESTATUTO.- =====



MERCEDES M. ALKUYA VILA
ABOGADO - NOTARIO DE CHILCA

INFORME DE CONSULTORÍA

TÍTULO VIII.- DE LAS ELECCIONES.-----
ARTÍCULO 36°.- LAS ELECCIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO SE EFECTUARÁ CADA DOS AÑOS, EN LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA, CONVOCADA PARA TAL FIN BAJO MECANISMO DE PROPUESTA LIBRE O POR PLANCHA, LOS ACUERDOS SE ADOPTARÁN DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ART. 13° DE ESTE ESTATUTO.-----
TÍTULO IX.- DISOLUCION Y LIQUIDACION DE LA ASOCIACION.-----
ARTÍCULO 37°.- PROCEDE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN EN LOS SIGUIENTES CASOS: 1).- POR NO HABER CUMPLIDO SU FINALIDAD PARA EL CUAL FUE CREADA.- 2).- POR DECISIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA, CONVOCADA PARA ESTE FIN, A SOLICITUD DE NO MENOS DEL 20%, PARTE DE LOS ASOCIADOS HÁBILES.- PARA LA ADOPCIÓN DE ACUERDOS SE REQUIERE EL QUÓRUM DELIBERATIVO Y RESOLUTIVO SIGUIENTE: A).- EN PRIMERA CONVOCATORIA, SE REQUIERE LA ASISTENCIA DE MAS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS, LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON EL VOTO DE MAS DE LA MITAD DE LOS MIEMBROS CONCURRENTES.- B).- EN SEGUNDA CONVOCATORIA, LOS ACUERDOS SE ADOPTAN CON LOS ASOCIADOS QUE ASISTAN Y QUE REPRESENTEN NO MENOS EL 20%, DE LOS ASOCIADOS.-----
ARTÍCULO 38°.- DISUELTA LA ASOCIACIÓN EL PATRIMONIO, PASARÁ A UNA INSTITUCIÓN CON FINES Y OBJETIVOS SIMILARES.-----
TÍTULO X.- DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES.-----
PRIMERO.- POR ESTA UNICA VEZ EL PERIODO DE VIGENCIA DEL PRIMER CONSEJO DIRECTIVO, SERÁ DESDE LA FECHA QUE SE INSCRIBA EL ACTO CONSTITUTIVO EN LOS REGISTROS PÚBLICOS HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012, SUBSIGUIENTEMENTE SUS PERIODOS SERAN POR BIENIOS.-----
SEGUNDO.- EN TODO LO QUE NO ESTE PREVISTO EN EL PRESENTE ESTATUTO, SERÁ DE APLICACIÓN LAS DISPOSICIONES PERTINENTES CONTENIDAS EN EL CÓDIGO CIVIL, ASÍ COMO LAS DEMÁS NORMAS LEGALES- APPLICABLES A ESTE TIPO DE ORGANIZACIÓN.-----
PUESTO A CONSIDERACIÓN DE LA ASAMBLEA, TODOS ESTUVIERON DE ACUERDO, APROBÁNDOSE POR UNANIMIDAD EL ESTATUTO QUE REGIRÁ A LA ASOCIACIÓN.-----
TERCERO: NOMBRAMIENTO DEL CONSEJO DIRECTIVO.- ACTO SEGUIDO SE PASO A NOMBRAR A LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO, LA MISMA QUE SE REALIZÓ EN FORMA DIRECTA Y A PROPUESTA LIBRE; Y LLEVADA A CABO LA ELECCIÓN QUEDO NOMBRADO DE LA SIGUIENTE MANERA:-----
1).- PRESIDENTE: ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ, DNI N° 44573635.---
2).- VICE-PRESIDENTE: PEDRO JACINTO SEDANO SANABRIA, DNI N° 09962791.==
3).- SECRETARIA: YANET BETSY QUICHIZ PAHUACHO, DNI N° 19896318.-----
4).- TESORERA: ROSA BERTA ORGEDA DE GUTIERREZ, DNI N° 10367602.-----
5).- FISCAL: RONALD NESTOR MEZA GUERRA, DNI N° 19965201.-----
6).- VOCAL: PABLO MIGUEL MAYTA ZARATE, DNI N° 20108169.-----
7).- VOCAL: LUIS ESPINOZA FERNANDEZ, DNI N° 19970293.-----
CUARTO: OTORGAMIENTO DE FACULTAD PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.- SEGUIDAMENTE EL PRESIDENTE PROPUSO, QUE PARA EFECTOS DE FORMALIZAR LOS ACUERDOS APROBADOS, EN LA PRESENTE ASAMBLEA, SE NOMBRE UN REPRESENTANTE.- LUEGO DE UNA BREVE DELIBERACION SE ACORDO Y APROBO POR UNANIMIDAD FACULTAR AL SR. ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ, CON DNI N° 44573635, PARA QUE PUEDA FIRMAR LA MINUTA Y ESCRITURA PUBLICA DE CONSTITUCIÓN U OTRO ACTO QUE SE REQUIERA EXCLUSIVAMENTE PARA LOGRAR INSCRIBIR LA ESCRITURA PUBLICA DE CONSTITUCION EN REGISTROS PÚBLICOS QUE CORRESPONDA.-----

NOTARIA
MERCEDES M. ALEJUYA VILA
CALLE REAL 660 - CHILCA
HUANCAYO - PERU
TELEFAX: 235660

NOTARIA
MERCEDES M. ALEJUYA VILA

INFORME DE CONSULTORÍA



NO HABIENDO MÁS ASUNTOS QUE TRATAR SE LEVANTA LA ASAMBLEA GENERAL, SIENDO LA 11:00 AM DEL MISMO DÍA, PREVIA REDACCIÓN, LECTURA Y APROBACIÓN DEL ACTA, PASANDO A FIRMAR LOS ASISTENTES EN SEÑAL DE CONFORMIDAD.-----

ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ, DNI N° 44573635, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, PEDRO JACINTO SEDANO SANABRIA, DNI N° 09962791, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, YANET BETSY QUICHIZ PAHUACHO, DNI N° 19896318, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, ROSA BERTA ORGEDA DE GUTIERREZ, DNI N° 10367602, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, RONALD NESTOR MEZA GUERRA, DNI N° 19965201, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, PABLO MIGUEL MAYTA ZARATE, DNI N° 20108169, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, LUIS ESPINOZA FERNANDEZ, DNI N° 19970293, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, ELIZABETH INOCENTA SANCHEZ DÁVILA, DNI N° 19966834, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, JUAN CARLOS DAVILA SANCHEZ, DNI N° 19970476, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, JESÚS JOSÉ VARGAS PARRAGA, DNI N° 19966712, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, ROSARIO INES CALDERON CANCHAYA, DNI N° 19970730, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, ALEJANDRO INOCENTE SANCHEZ CAPCHA, DNI N° 19838966, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, SAUL ALEJANDRO MEZA GALARZA, DNI N° 19967162, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, AMADBO FELIX CALDERÓN ACOSTA, DNI N° 19967686, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, SOFIA LUZ TORPOCO ASTUCURI, DNI N° 19966212, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, LENIN FELIX CALDERON CANCHANYA, DNI N° 80634299, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, ELIZABETH NICOLASA LLACUACHAQUI SANTIVANEZ, DNI N° 19470402, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, PABLO TELLO MARCA, DNI N° 19966004, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, DAYSI AYERIM SANCHEZ VÉLIZ, DNI N° 44744956, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, CIRILA ALICIA SANABRIA TURIN, DNI N° 09173689, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, SERGIO JOSÉ RODRIGUEZ HURTADO, DNI N° 19964740, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, CAYO RODRIGUEZ SANCHEZ, DNI N° 19967280, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, LIDUVINA ESPIRITA SANCHEZ CAPCHA, DNI N° 19855344, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, OSCAR RONALD RODRIGUEZ HURTADO, DNI N° 19964851, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, ABELARDO PAÚL CORTEZ TURIN, DNI N° 20405307, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, JESÚS REYNALDO SÚAREZ VÁSQUEZ, DNI N° 19966416, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, DANIEL EDUARDO SANCHEZ CAPCHA, DNI N° 19965977, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, MARIA LIVIA LOROÑA DÁVILA, DNI N° 19967552, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, ZONIA JUSTINA RAMOS RIVERA, DNI N° 19966763, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, NANCY YENNY SOLANO CHUQUIMANTARI, DNI N° 80040882, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, SERAFINA INGA LOROÑA DE AVILA, DNI N° 21250243, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, MAGDA LUZ RICSE CURACACHI, DNI N° 19966035, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, YANET BETSY QUICHIZ PAHUACHO, DNI N° 19896318, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, MARINA GAMARRA PARRAGA VDA DE URIBE, DNI N° 19965722, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, PABLO MIGUEL MAYTA ZARATE, DNI N° 20108169, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, WALTER MENDOZA CORDOVA, DNI N° 19965984, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, DELIA LIZ ECHEVARRIA POMALAZA, DNI N° 20407549, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, OLGA GUTIERREZ PROSOPTO DE CALDERON, DNI N° 42876838, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, MÓNICA NATALIA RICSE CURACACHI, DNI N° 19895923, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, NELLY AIDE SANCHEZ VÁSQUEZ, DNI N° 19960769, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR, FLORENCIA VISITACION TURÍN CERVANTES, DNI N° 08636130, FIRMA LEGIBLE Y HUELLA DACTILAR.- -----

MERCEDES M. ALELUYA VILA
ABOGADO - NOTARIO DE CHILCA

INFORME DE CONSULTORÍA

INSERTO.- ARTICULO 74 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL.- LA REPRESENTACIÓN JUDICIAL CONFIERE AL REPRESENTANTE LAS ATRIBUCIONES Y POTESTADES GENERALES QUE CORRESPONDEN AL REPRESENTADO, SALVO AQUELLAS PARA LAS QUE LA LEY EXIGE FACULTADES EXPRESAS. LA REPRESENTACIÓN SE ENTIENDE OTORGADA PARA TODO EL PROCESO, INCLUSO PARA LA EJECUCIÓN DE LA SENTENCIA Y EL COBRO DE COSTAS Y COSTOS, LEGITIMANDO AL REPRESENTANTE PARA SU INTERVENCIÓN EN EL PROCESO Y REALIZACIÓN DE TODOS LOS ACTOS DEL MISMO, SALVO AQUELLOS QUE REQUIERAN LA INTERVENCIÓN PERSONAL Y DIRECTA DEL REPRESENTADO. =====

INSERTO.- ARTICULO 75 DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL.- SE REQUIERE EL OTORGAMIENTO DE FACULTADES ESPECIALES PARA REALIZAR TODOS LOS ACTOS DE DISPOSICIÓN DE DERECHOS SUSTANTIVOS Y PROCESALES Y, EN PARTICULAR, PARA DEMANDAR, DESISTIRSE DE LA DEMANDA, CONTESTAR DEMANDAS Y RECONVENIR, ALLANARSE EN TODO O PARTE O PRETENSIONES DEMANDADAS, CONCILIAR, TRANSIGIR, SOMETER A ARBITRAJE LAS PRETENSIONES CONTROVERTIDAS EN EL PROCESO, SUSTITUIR O DELEGAR LA REPRESENTACIÓN Y PARA LOS DEMÁS ACTOS QUE EXPRESE LA LEY. EL OTORGAMIENTO DE FACULTADES ESPECIALES SE RIGE POR EL PRINCIPIO DE LITERALIDAD. NO SE PRESUME LA EXISTENCIA DE FACULTADES ESPECIALES NO CONFERIDAS EXPLÍCITAMENTE: =====

C O N C L U S I O N .- FORMALIZADO EL PRESENTE INSTRUMENTO Y LEÍDA QUE LE FUE DE PRINCIPIO A FIN POR LA LECTURA QUE DE TODO ÉL LES HICE, EL OTORGANTE SE RATIFICA EN TODO SU CONTENIDO Y PROCEDEN A FIRMARLO JUNTAMENTE CONMIGO, DE QUE DOY FE.- INICIÁNDOSE LA ESCRITURA EN FOJAS 2418 VUELTA, SERIE C-03 N° 637285 VUELTA, Y CONCLUYE EN FOJAS 2424, SERIE C-03 N° 637297, Y, DOY FE.- =====

FIRMA Y HUELLA DACTILAR: ALEJANDRO HIGINIO SANCHEZ SANCHEZ (08/06/2011). SE DEJA CONSTANCIA QUE LA TOMA DE FIRMA Y LA IMPRESIÓN DE LA HUELLA DACTILAR CULMINO A LOS OCHO DÍAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL ONCE, DOY FE.- =====

FIRMA: MERCEDES MARIA ALELUYA VILA - NOTARIO PUBLICO DE CHILCA - HUANCAYO - UN SELLO DE LA NOTARIA.=====

CONCUERDA.- ESTE TRASLADO CON LA ESCRITURA MATRIZ DE SU REFERENCIA, Y CORRE A FOJAS 2418 VUELTA DE MI REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS DEL AÑO EN CURSO Y A SOLICITUD DE PARTE INTERESADA EXPEDIO ESTE PRIMER TESTIMONIO EN SEIS FOJAS ÚTILES, QUE VIGO, SELLO Y FIRMO EN EL DISTRITO DE CHILCA A LOS OCHO DÍAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL ONCE. =====

CRIZ.



MERCEDES M. ALELUYA VILA
ABOGADO - NOTARIO
CHILCA - HUANCAYO